جامعة ال البيت

كلية إدارة المال والأعمال

قسم المحاسبة

أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية

(دراسة ميدانية)

The Impact of Using Accounting Information Systems in Achieving Competitive Advantage in the Jordanian Commercial Banks

(Field Study)

إعداد الطالب

مهند عبيد ارحيل الشبيل

إشراف الدكتور

محمد ياسين الرحاحلة

٢٠١٢/٢٠١١

أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية
(دراسة ميدانية)

The Impact of Using Accounting Information Systems in Achieving Competitive Advantage in the Jordanian Commercial Banks

(Field Study)

إعداد الطالب
مهند عبيد ارحيل الشبيل

إشراف
الدكتور محمد ياسين الرحاحلة

أعضاء لجنة المناقشة		**التوقيع**
1- الدكتور محمد ياسين الرحاحلة	**(مشرفاً ورئيساً)**	
2- الدكتور احمد عبدالرحمن المخادمة	**(عضواً)**	
3- الدكتور غسان فلاح المطارنه	**(عضواً)**	
4- الدكتور عوده احمد بني احمد	**(عضواً)**	

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة من كليـــة إدارة المال والأعمال في جامعة آل البيت.

نوقشت وأوصي بإجازتها بتاريخ:

الإهـداء

إلى والدي

الذي بذل كل ما في وسعه لتعليمي وتربيتي

إلى والدتي

التي غمرتني بحبها وعطفها طيلة حياتي

إلى إخواني وأخواتي

الذين كانوا سنداً لي خلال فترة دراستي

إليهم جميعاً أهدي هذا العمل المتواضع

مهند

شكر وتقدير

فإنهُ لا يسعني بَعد أن أنهيتُ هَــذا الجُهــد المُتواضعِ إلا أنْ أتقــدمَ بجزيــــلِ الــشكرِ وعظيم الامتنانِ إلى أستاذي الفاضـــلِ الدكتور محمد الرحاحلة عميد كلية إدارة المال والأعمـــال الذي أشـــرفَ علـــى هَــذا الجهدِ، وأمدنـــي بمعلوماتٍ قيّمـــةٍ وآراءٍ وتوجيهاتٍ سديدة، أخــذت مـــن وقته الكثيـــر.

وأتقدم أيضاً بالشكر إلى أعضاء لجـــنة المناقشة على مـــشاركتهم وتوجيهـــاتهم، ولمـــا أعطوا هذه الرسالة من وقتهم، مما ساهم بشكل ملحوظ فـــي إخـــراج هـــــذا الجهـــــد إطـــاراً ومضموناً ممثلة بكل مـــن: الدكتور محمد الرحاحلة، الدكتور حسين الزيود، الـــدكتور غـــسان المطارنة، الدكتور أحمد المخادمة، الدكتور عودة بني أحمد.

كما وأتقدم بالشكر إلى إدارة جامعة آل البيت التي هيأت لنا كل الظروف لإنجـــاز هـــذه الرسالة، وإلى أعضاء هيئتها التدريسية.

وأتقدم بالتقدير أيضاً لكل من أخلص في دعمي ومساندتي، ولكل من دعم وســـاهم فـــي إنجاز هذه الرسالة بشكل مباشر أو غير مباشر، وأخص بالذكر أخي الدكتور سيف الشبيل، أختي الدكتورة عبير الشبيل، الدكتورحسين الزيود، الدكتور ضيف الله عليمات، الدكتور عبـــدالرحمن الدلابيح، الدكتور غسان المطارنة، الدكتور عودة بني أحمد، الدكتور حمـــزة المـــوالي، الـــسيد ممدوح المسيب، السيد هاشم الزيادنة، السيد عون الشبيل، وإلى كل من لم يتسع المجال لذكرهم، لهم مني خالص التقدير والعرفان.

الباحث

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

ملخص الدراسة باللغة العربية

أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية

إعداد الطالب: مهند عبيد ارحيل الشبيل

إشراف الدكتور: محمد ياسين الرحاحلة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع مدراء الإدارة العليا في البنوك التجارية الأردنية، وتم اخذ عينة من مجتمع الدراسة تكونت من المدراء العامين، المدراء الماليين، مدراء التسويق، مدراء الاستثمار، مدراء الخدمات اللوجستية، مدراء نظم المعلومات في البنوك التجارية الأردنية، ولغرض تحقيق أهداف الدراسة، قام الباحث بتطوير استبانة أعدت خصيصاً لهذه الدراسة، وتأكد من صدق الاستبانة وثباتها، ثم توزيعها على أفراد عينة الدراسة بواقع استبانة لكل مدير (بواقع ٦ استبانات لكل بنك)، حيث بلغ عدد الاستبانات الموزعة ٧٨ استبانة، اما مجموع الاستبانات التي استخدمت في التحليل الإحصائي فكانت (٦٤) استبانة اي ما نسبته (٨٢%) تقريباً.

اعتمد الباحث على عدد من الأساليب الإحصائية في تحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي، وذلك باستخراج التكرارات، والنسب المئوية للتعرف على خصائص عينة الدراسة، كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على درجة استجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة، كذلك تم استخدام اختبار (T) لعينة واحدة One - Sample T-test، واختبار (T) لعينتين مستقلتين، وتحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، لاختبار فرضيات الدراسة.

توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة بـ (تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية، تحسين جودة الخدمات المصرفية، تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية، زيادة سرعة الخدمات المقدمة، زيادة الحصة السوقية) في البنوك التجارية الأردنية.

توصي هذه الدراسة بضرورة الاهتمام، والتركيز بشكل أكبر من قبل إدارات البنوك التجارية الأردنية على استخدام نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية التي تسعى لها، خاصة مع تزايد حدة المنافسة في ظل النظام الاقتصادي الجديد، والازمة المالية التي عصفت بقطاع البنوك في السنوات الأخيرة.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- المقدمة
- مشكلة الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- فرضيات الدراسة
- مصطلحات الدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

١-١ المقدمة

تعد المعلومات التي تنتجها نظم المعلومات المحاسبية مورداً أساسياً من موارد المنظمات على اختلاف اشكالها، وفي مقدمتها البنوك التجارية، حيث تلعب نظم المعلومات المحاسبية في البنوك عدة ادوار استراتيجية، منها تحسين الكفاءة التشغيلية بأقل التكاليف الممكنة، مع اعطاء افضل أداء ونوعية ممكنة، وذلك من خلال ربط عملياتها التشغيلية ضمن شبكة من نظم المعلومات، بحيث يزداد تأكيد المعلومات، ودقتها، واختصار الوقت، وتقليل التكاليف، وبالتالي تحسين الكفاءة، وتحقيق نمو أكثر فاعلية في الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتغطية كافة نشاطاته، وواجباته اليومية، وتوفير افضل المعلومات الدقيقة والبناءة في دعم عملية صناعة قراراته المالية السليمة، كما تلعب نظم المعلومات المحاسبية دوراً مهماً وفعالاً يتمثل في تزويد مختلف مستويات اتخاذ القرار بمعلومات جاهزة صحيحة، ودقيقة في الوقت المناسب تساعدهم في اتخاذ مختلف القرارات الإدارية.

من جانب آخر يشكل الجهاز المصرفي مرتكزاً أساسياً من مرتكزات النظام الاقتصادي الأردني كما في غيره من مرتكزات الدول عموما، وقد أسهم الإبداع التكنولوجي المتواصل، والمنافسة المحتدمة بين مكونات القطاع المصرفي، في إحداث تطورات متسارعة في الصناعة المصرفية، وبرزت أشكالاً من المنتجات، والخدمات المصرفية في مختلف مجالات العمل المصرفي، كعمليات الصيرفة الإلكترونية وبطاقات الائتمان المصرفية، وخدمات الصراف الآلي، وتقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت(١)، لذلك أصبح لزاماً على هذه البنوك العمل المستمر على تحديث أنظمتها المصرفية من خلال نصب، ونشر الشبكة الإلكترونية، وربطها بين الفروع والإدارة المركزية للاستجابة إلى متطلبات عصر قيادة التقنيات الإدارية، بما يحقق تسريع وتحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، وابتكار خدمات جديدة أكثر كفاءة وفاعلية عبر الاتصالات الإدارية وتوفير البيانات، حيث شهدت بيئة الأعمال على مدار العقدين الأخيرين تغيرات متلاحقة نتيجة للطفرة الهائلة في الاعتماد على نظم المعلومات، واستخدام وسائل الاتصالات الحديثة، والانفتاح على الأسواق العالمية، ترتب على تلك التغييرات احتدام المنافسة

---

(1) خالد امين عبدالله وخالد القطناني، البيئة المصرفية واثرها على كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية، دراسة تحليلية على المصارف التجارية في الاردن، المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الاول، ٢٠٠٧.

بين المنظمات، ومحاولة كل منها تحقيق أقصى كفاءة ممكنة في استغلال ما لديها من موارد للسيطرة على الأسواق، أو الحفاظ على مكانتها التنافسية، وتطلب الأمر أن يحصل المدراء على معلومات هامة ودقيقة تمكنهم من إدارة منظماتهم في ظل تلك العوامل المتشابكة.

١-٢ مشكلة الدراسة

إن الهدف الرئيسي لقيام معظم البنوك بشكل عام، والبنوك التجارية بشكل خاص هو تحسين الأداء وتعزيز مركزها، وأدائها المالي، بالاضافة الى تعظيم ربحيتها، بشكل يضمن استمراريتها، وقدرتها على المنافسة في السوق في ضوء التطورات التكنولوجية السريعة، وزيادة حدة المنافسة، سؤاء على المستوى المحلي أو العالمي، حيث أحدثت تكنولوجيا المعلومات تغييرات جذرية في مختلف جوانب الحياة المعاصرة، ويعتبر الجهاز المصرفي هو الأكثر استفادة من هذه التغيرات والتطورات المتسارعة، وذلك نتيجة حدة المنافسة بين البنوك التي تستدعي مسايرة هذا التطور، والتوسع في استخدام ادوات العصر، وزيادة حجم استثماراتها في تقنيات النظم المحاسبية وتوظيفها في خدمة عملياتها لتحسين قدراتها وتحقيق ميزة تنافسية تتفوق فيها على منافسيها، لذلك أصبح من الصعب على البنوك التي لا تتبنى استراتيجيات تنافسية فعالة البقاء، والاستمرارية في بيئة تتسم بالتعقيد والتغيير السريع، الامر الذي دعا هذه البنوك إلى توجيه اهتماماتها نحو تبني أنظمة معلومات محاسبية تضمن استمراريتها وتفوقها على منافسيها، من خلال الدور الهام الذي تلعبه هذه النظم في نجاح البنوك، وما تتيحه من آفاقاً واسعة للرقابة على العمليات، وتحسين أداء وجودة الخدمات المصرفية، وتوفير المعلومات اللازمة لدعم اتخاذ القرارات، وكذلك تقويم التفكير الاستراتيجي الخاص بتقديم الخدمات المصرفية.

ومما سبق فإن مشكلة الدراسة تتمحور في الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

هل يوجد أثر لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية؟

ويتفرع عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

١- هل يوجد أثر لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية؟

٢- هل يوجد أثر لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية؟

٣- هل يوجد أثر لنظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية؟

٤- هل يوجد أثر لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية؟

٥- هل يوجد أثر لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية؟

١-٣ أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية.

وسيتم تحقيقه من خلال الأهداف الفرعية التالية:

١- التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٢- التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٣- التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٤- التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٥- التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية.

١-٤ أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية نظام المعلومات المحاسبي، والدور الذي يلعبه في مواجهة ما يشهده العالم اليوم من تقدم ملحوظ غير مسبوق لاستخدام وتطبيق نظم المعلومات المحاسبية، والتي أصبحت مع بداية القرن الحادي والعشرين تحتل موقعاً في تميز الكثير من المؤسسات، والمنظمات المحلية والعالمية، حيث ان نظم المعلومات المحاسبية المطبقة في اي مصرف تلعب دوراً هاماً في نجاح المصرف، كما تتيح آفاقاً واسعة للرقابة على العمليات، وتحسين أداء الخدمات المصرفية، وتزويد مختلف مستويات اتخاذ القرار بمعلومات جاهزة، صحيحة، ودقيقة، وفي الوقت المناسب تساعدهم في اتخاذ مختلف القرارات الإدارية، كما وتنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية القطاع المصرفي الذي بدأ مع بداية هذا القرن يحتل موقع التميز،

ويتقدم باقي القطاعات الاقتصادية في الغالبية العظمى من دول العالم، إذ بات يلعب دوراً هاماً في الأنشطة الاقتصادية لأية دولة، وخاصة بعد التطورات المتسارعة حول العالم، فالتطور التكنولوجي السريع، وتقدم وسائل الاتصال بسرعة لا متناهية، بالإضافة إلى الحمى التنافسية كان لها عظيم الأثر في استحداث أنظمة مصرفية عصرية سواء فيما يتعلق بالأنظمة الإدارية أو المحاسبية أو الفنية. لذلك أصبح لزاماً على هذه البنوك العمل المستمر على تحديث أنظمتها المصرفية من خلال نصب، ونشر الشبكة الإلكترونية، وربطها بين الفروع والإدارة المركزية للاستجابة إلى متطلبات عصر قيادة التقنيات الإدارية، بما يحقق تسريع وتحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، وابتكار خدمات جديدة أكثر كفاءة وفاعلية ، من اجل تحقيق الميزة تنافسية التي تسعى اليها تلك البنوك، وأخيراً تتجلى أهمية هذه الدراسة باعتبارها الدراسة الأولى على الصعيد المحلي في حدود علم الباحث، والتي من المتوقع ان تشكل إضافة جديدة وتساهم في اثراء ادبيات المحاسبة.

١-٥ فرضيات الدراسة

بعد استعراض مشكلة الدراسة، وتحديد الأهداف التي تسعى لتحقيقها في إبراز طبيعة أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تم صياغة الفرضيات التالية.

الفرضية الرئيسية الأولى:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية.

ويتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

$H01_1$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

$H01_2$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

$H01_3$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

$H01_4$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

H01$_5$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية.

الفرضية الرئيسية الثانية:

H02: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الوظيفية، المسمى الوظيفي).

١-٦ مصطلحات الدراسة

نظم المعلومات المحاسبية: مجموعة من الموارد المالية والبشرية في المنظمة والمسؤولة عن تحضير المعلومات المالية، بالإضافة إلى المعلومات الناتجة عن معالجة البيانات التي تم تجميعها، ومن ثم توفير هذه المعلومات لكل المستويات الإدارية ولإغراض التخطيط والرقابة على نشاطات المنظمة إلى جانب الأطراف الخارجية التي تربطها علاقات مع المنظمة[١].

الخدمات المصرفية: مجموعة من الانشطة والعمليات ذات المفهوم النفعي الكامن في العناصر الملموسة، وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها، وقيمتها النفعية، والتي تشكل مصدراً لاشباع حاجاتهم، ورغباتهم المالية والائتمانية، الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدراً لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين[٢].

الميزة التنافسية: مجموعة من المهارات والتقنيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها، واستثمارها لإنتاج قيم ومنافع للزبائن أعلى مما يحققه المنافسون، وتأكيد حالة من التميز والاختلاف ما بين المنظمة ومنافسيها[٣].

---

(1) أحمد عبد الرحمن المخادمة، "أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في اتخاذ القرارات الاستثمارية، دراسة تطبيقية على الشركات الأردنية"، مجلة المنارة، المجلد ١٣، العدد ٢، الأردن، ٢٠٠٧.

(2) تيسير العجارمة، **التسويق المصرفي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠٠٥

(3) مسعود صديقي، ومحمد عجيلة، "أهمية الإبداع في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني، جامعة الإسراء، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن، ٢٠٠٧.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: نظم المعلومات المحاسبية

- تمهيد
- مفهوم نظم المعلومات المحاسبية
- أهمية نظم المعلومات المحاسبية
- أهمية نظم المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية
- خصائص نظم المعلومات المحاسبية
- مكونات نظم المعلومات المحاسبية
- وظائف نظم المعلومات المحاسبية
- مقومات النظام المحاسبي
- أهداف نظم المعلومات المحاسبية
- فاعلية نظم المعلومات المحاسبية
- نظم المعلومات المحاسبية ودورها في قطاع الخدمات المصرفية
- متطلبات الاستثمار في أنظمة المعلومات المحاسبية

المبحث الأول: نظم المعلومات المحاسبية

٢-١-١ تمهيد

تلعب المعلومات المحاسبية دورا مهما في إدارة المنظمات بشكل عام، حيث ان من أهم أسباب وجود المحاسبة وتطورها المستمر يتمثل في توفير المعلومات المناسبة لاتخاذ القرارات، سواء لإدارة المنظمة أو للأطراف الخارجية المعنية بهذه المعلومات، حيث أصبحت المعلومات بشكل عام عنصراً هاماً من عناصر الإنتاج ولها دور هام في تحديد فاعلية وكفاءة المنظمة، لذلك اتجهت المنظمات على تصميم وبناء نظم معلومات محاسبية من أجل السيطرة على الكم الهائل من المعلومات الضرورية لإدارة المنظمة، وذلك لضمان وصول المعلومات موثوقة وصحيحة ودقيقة إلى كافة مستويات الإدارة بالشكل الملائم، والوقت المناسب، وبأقل تكلفة من أجل استخدامها في اتخاذ قرارات رشيدة تساهم في تحقيق أهداف المنظمة[١].

تعد المعلومات التي تنتجها الأنظمة مورد أساسي من موارد المنظمات على مختلف أشكالها، فهي العمود الفقري للقرارات المالية سواء كانت قرارات تشغيلية أو استثمارية أو تمولية، حيث أن هذه القرارات تساهم في رفع أداء المنظمة وتحقق ميزة تنافسية تنعكس إيجابياً على القيمة السوقية للمنظمة ومن ثم تعظيم ثروة المساهمين، واستمرارها في القطاع الذي تعمل فيه. كذلك تعتبر المعلومات المحاسبية الوسيلة التي تقدم بها المنظمات وضعها المالي وادائها ونفقاتها النقدية وغير النقدية[٢].

إن نظام المعلومات المحاسبي يعتبر من أهم الأنظمة الفرعية للنظام الإداري للمنشأة، لما ينتجه من معلومات في صورة تقارير وقوائم معبر عنها مالياً بحيث تكون هذه المعلومات من اختصاص المحاسبة الإدارية، والتي تحتاجها الأطراف الداخلية للمنشأة نتيجة معالجة المدخلات المتمثلة في البيانات والأحداث الاقتصادية، فنظم المعلومات المحاسبية تعتبر الركيزة الأساسية التي تساعد مختلف المستويات الإدارية في تحقيق أهدافها[٣]. كما يعتبر جزءاً من النظام الكلي للمعلومات، ويلعب هذا النظام دوراً هاماً وفعالاً يتمثل في تزويد مختلف مستويات اتخاذ القرارات بمعلومات جاهزة صحيحة ودقيقة وفي الوقت المناسب، تساعدهم لاتخاذ مختلف

---

(1) علي أحمد مساعدة، "أثر استخدام التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية في شركات الاتصالات الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٦.

(2) أحمد العماري، "طبيعة وأهمية نظام المعلومات المحاسبية"، مجلة العلوم الانسانية، العدد الأول، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ٢٠٠١، ص ١٢٤.

(3) صالح محمود الزعبي، "العوامل المؤثرة على فاعلية نظام المعلومات المحاسبية في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات، دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٦.

القرارات. ويتم توفير هذه المعلومات عن طريق التقارير والقوائم التي تعد من واقـع البيانـات اليومية الفعلية والمدعمة بعناصر أخرى مثل المعايير، والجداول القيادية،الميزانيات التقديريـة، والتي لها دور فعال في تفسير وتقييم النتائج الفعلية.

كما يعد النظام المحاسبي أحد أهم الأنظمة المنتجة للمعلومات المحاسبية التي تسهم فـي ترشيد ومساندة القرارات الاقتصادية التي تؤثر على موارد المجتمعات وثرواتها وبالتالي علـى رفاهية أفرادها(١)، اذ يرتبط النظام المحاسبي بعلاقة وثيقة بالعمليات الإدارية المختلفة مما يساهم في ترشيد القرارات ويجعل العملية الإدارية أكثر فعالية في تلبة احتياجات إدارة المنظمة، ورفع مستوى الأداء لتحقيق الأهداف، ومن هنا تظهر أهمية توفر نظم معلومات محاسبية فعالة لترشيد القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، ولمساعدة الإدارة في حل المشكلات التـي تواجهها، وكذلك تقديم المعلومات المفيدة لمتخذي القرار ذوي العلاقة، والتي يكون لها دور إيجـابي فـي دعم واستمرارية هذه المنظمات، من خلال مساهمتها في رفع أداء المنظمـات وتحقـق ميـزة تنافسية تنعكس إيجابياً على القيمة السوقية لهذه المنظمات.

يهدف النظام المحاسبي بالدرجة الأولى إلى توصيل تلك المعلومـات بـشكل مناسـب للمستخدمين، وفي الوقت المناسب، وبدقة متناهية وبأقل تكلفة ممكنـة. وقـد سـاعد التطـور التكنولوجي واستعمال الحاسوب في معالجة المعلومات إلى تصميم أنظمة محاسبية راقيـة، فـي مستوى تحقيق أهداف التقارير المالية وطموحات المستخدمين. كمـا ويـشار إلـى أن النظـام المحاسبي يتجه ليكون نظاماً للمعلومات لا يقف عند حدود البيانات والمعلومـات الماليـة، بـل تعداها ليشمل بيانات ومعلومات كمية ووصفية تفيد صانع القرار، ونتيجة لذلك فقد أصبح نظـام المعلومات المحاسبي يقدم معلومات اضافية إلى جانب المعلومات المالية(٢).

٢-١-٢ مفهوم نظم المعلومات المحاسبية

يعد نظام المعلومات المصدر الأساسي لتزويد الإدارة بالمعلومات المناسبة لعملية اتخـاذ القرار الإداري. ويعرف نظام المعلومات بأنه: "مجموعة من المكونات المترابطة مـع بعـضها البعض بشكل منتظم من أجل إنتاج المعلومات المفيدة، وإيصال هذه المعلومات إلى المستخدمين

---

(1) جبرائيل جوزيف كحالة، ورضوان حنان، **المحاسبة الإدارية: مدخل محاسبة المسؤولية وتقييم الأداء،** الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ١٩٩٧.

(2) أحمد عبد الهادي شبير، "دور المعلومات المحاسبية في اتخاذ القرارات الإدارية، دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة في فلسطين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة غزة، فلسطين، ٢٠٠٦.

بالشكل الملائم، والوقت المناسب من أجل مساعدتهم في أداء الوظائف الموكلة إليهم(١). ويمكن النظر إلى أي نظام على أنه يتكون من العناصر الآتية: المدخلات، العمليات التشغيلية، المخرجات، التغذية العكسية(٢). وكذلك تعتبر المحاسبة نظام للمعلومات كونها تعمل على جمع وإيصال المعلومات الاقتصادية الخاصة بأنشطة المنشأة إلى مجموعة واسعة من الأشخاص والذين ترتبط قراراتهم بتلك الأنشطة، أي أن وظيفة المحاسبة لم تعد تقتصر على مجرد عملية تسجيل البيانات بالدفاتر والسجلات المحاسبية تسجيلاً تاريخياً، وعرضها في صورة قوائم مالية ختامية تعبر عن نتيجة المركز المالي للوحدة الاقتصادية، بل تطورت لتصبح نظاماً ونشاطاً خدمياً متكاملاً تزود الأطراف المعنية بالمعلومات التي تساعدهم على اتخاذ قراراتهم الاقتصادية الرشيدة(٣). حيث يتكون النظام المحاسبي من مجموعة من الأجزاء البشرية المتمثلة بكافة الأشخاص العاملين في الدائرة المحاسبية الذين يستخدمون من الأجزاء المادية المتمثلة بكافة لوازم أداء العمل المحاسبي من آلات ومعدات ودفاتر وسجلات...إلخ، وفق إجراءات وقواعد محاسبية معينة في سبيل القيام بتسجيل البيانات وتشغيلها وتوصيل نتائجها في مجموعة من التقارير والقوائم المالية إلى كافة الجهات التي يمكن أن يستفاد منها في اتخاذ القرارات المختلفة(٤). كما وتعتبر المحاسبة من أهم نظم المعلومات المستخدمة منذ القدم لدى الأفراد والمنشآت، ولكن ليس بالشكل الحالي الذي يمتاز بالاستخدام المتزايد للمعلومات يوما بعد يوم، وتلبية حاجات كافة المستويات الإدارية في المنشاة، في صنع القرارات الإدارية، ونتيجة لما شهدته نظم المعلومات المحاسبية من تطور هائل في السنوات الأخيرة وانتشار الحاسوب بشكل واسع في تشغيل النظم فقد أصبحت المعلومات أكثر أهمية وحيوية لإدارة المنشاة(٥). إضافة إلى ذلك تعد نظم المعلومات المحاسبية المصدر الرئيسي للمعلومات حيث أنها تقدم القسم الأكبر من المعلومات التي تحتاجها الإدارة والجهات الخارجية، وذلك من خلال معالجتها لبيانات الإحداث

---

(١) جوزيف أودونيل، **تقنية المعلومات في التعليم المحاسبي**، منشورات المجتمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، الأردن، ٢٠٠٤، ص ١٢١.

(٢) عبد الرزاق قاسم، **تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية**، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٦، ص ٦٨.

(٣) Cushing, Barry E., **Accounting Information Systems and Business Organization**, 3rd Edition, Wesly Publishing Co., California, 1982, p. 230.

(٤) نعيم دهمش، وعفاف أبو زر، "التعليم المحاسبي باستخدام نظم تكنولوجيا المعلومات في الجامعات الأردنية"، المؤتمر العلمي الأول لقسم المحاسبة، المحاسبة في عصر المعلوماتية، واقع وتحديات، جامعة مؤتة، الأردن، ٢٠٠٤، ص ٩٢.

(5) عبد الرزاق محمد قاسم، **تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية**، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤، ص ٢٦.

الاقتصادية للمنشأة، ومن خلال علاقات الارتباط مع بقية نظم المعلومات في المنشأة، ويعتبر تصميم وبناء نظم المعلومات المحاسبية وفق الأسس العلمية الحديثة واستخدام الحاسوب خطوة هامة في مجال إنتاج وتوزيع المعلومات في المنشأة.

يعتبر نظام المعلومات المحاسبي هو أحد مكونات نظم المعلومات الإدارية الذي يعنى بتوفير البيانات، والمعلومات التي تؤثر على نشاطات الشركة ككل، وجمع المعلومات الملائمة والموضوعية من اجل اتخاذ قرارات صحيحة، تساعد الشركة على تحقيق الأهداف(١).

وقد أورد الباحثون مجموعة من التعريفات لنظم المعلومات المحاسبية حيث اعتبر البعض منهم بأن نظم المعلومات المحاسبية تمثل إحدى مكونات تنظيم إداري يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتحليل وتوصيل المعلومات المالية الملائمة لاتخاذ القرارات إلى الأطراف الداخلية والخارجية(٢).

وفي نفس الإطار يعرف حسين نظام المعلومات المحاسبي بأنها: "ذلك الجزء الأساسي والهام من نظام المعلومات الإداري في الوحدة الاقتصادية في مجال الأعمال الذي يقوم بحصر وتجميع البيانات المالية من مصادر خارج وداخل الوحدة الاقتصادية، ثم يقوم بتشغيل هذه البيانات، وتحويلها إلى معلومات مالية مفيدة لمستخدمي هذه المعلومات خارج وداخل الوحدة الاقتصادية"(٣).

كما عرفه لعماري على انه مجموعة متكاملة من الإجراءات الموضوعية لتسجيل الإحداث المالية والعمليات التي تتعلق بمجال أو أكثرمن مجالات النشاط الذي تزأوله المنظمة، وتحقيق الرقابة عليها(٤).

وعرف قنديلجي والجنابي نظم المعلومات المحاسبية على أنها مجموعة من العناصر المتداخلة والمتفاعلة مع بعضها تعمل على جمع البيانات، ومعالجتها، وتخزينها، وبثها، وتوزيعها

---

(1) الدايه، "أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية على جودة البيانات المالية في قطاع الخدمات في قطاع غزة"، مرجع سابق، ٢٠٠٩.

(٢) أحمد حلمي جمعة وآخرون، **نظم المعلومات المحاسبية: مدخل تطبيقي معاصر**، ط١، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٣، ص ١٤.

(٣) أحمد حسين، **نظم المعلومات المحاسبية الإطار الفكري والنظم التطبيقية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٤٧.

(4) أحمد العماري، "طبيعة وأهمية نظام المعلومات المحاسبية"، مرجع سابق، ٢٠٠١.

بهدف دعم صناعة القرارات والتنسيق، وتأمين السيطرة، على المنظمة، فضلاً عن تحليل المشكلات، وتامين المنظور والمطلوب للموضوعات المعقدة[١].

أما (الصغير) فقد عرفه بأنه ذلك النظام الذي يعمل من خلال أنظمته الفرعية على توفير المعلومات المحاسبية، بالقدر الملائم والتوقيت المناسب لكافة الأطراف داخل الوحدة وخارجها في الصور المختلفة للتقارير المحاسبية كمنتج نهائي للنظام حتى تتمكن تلك الأطراف من اتخاذ القرارات الرشيدة في المجالات المختلفة[٢].

وكذلك تم تعريف نظام المعلومات المحاسبي في البنك التجاري بأنه "مجموعة من المكونات المادية وغير المادية لجمع البيانات (المدخلات) وتشغيلها وتحويلها إلى معلومات (مخرجات) في شكل أنظمة فرعية تتبع نظام محاسبي رئيسي لتحقيق مجموعة من الأهداف للإدارة، وللجهات الخارجية وذلك من خلال نظام للاتصال مع البيئة الخارجية والداخلية وبما يكفل تحقيق الرقابة[٣].

ومن التعريفات الحديثة التي تناولت مفهوم نظم المعلومات المحاسبية، التعريف الذي تناوله مخادمة في دراسته، والتي عرف فيها نظم المعلومات المحاسبية على انها مجموعة من الموارد المالية والبشرية في المنظمة والمسؤولة عن تحضير المعلومات المالية، بالإضافة إلى المعلومات الناتجة عن معالجة البيانات التي تم تجميعها، ومن ثم توفير هذه المعلومات لكل المستويات الإدارية ولإغراض التخطيط والرقابة على نشاطات المنظمة إلى جانب الأطراف الخارجية التي تربطها علاقات مع المنظمة[٤].

كما عرفها الظفيري بأنها مجموعة من العناصر البشرية والآلية، والإجراءات، وقواعد البيانات، والدوائر، والأجهزة، والتقنيات، والبرامج، التي توجد داخل النظام الكلي للمنشأة، وتختص بتحديد وتجميع وتشغيل وتحليل وتخزين المعلومات, وإرسالها لمراكز اتخاذ القرارات،

---

(1) عامر قنديلجي، وعلاء الدين الجنابي، **نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥.

(2) الصغير، "دور نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على التسهيلات الائتمانية في المصارف التجارية الليبية"، مرجع سابق، ٢٠٠٥.

(3) محمد الربيدي، **المحاسبة في البنوك التقليدية والاسلامية، مدخل النظم**، الطبعة الثالثة، مكتبة الجيل الجديد، اليمن، ٢٠٠٤.

(4) أحمد عبد الرحمن المخادمة، "أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في اتخاذ القرارات الاستثمارية، دراسة تطبيقية على الشركات الأردنية"، مجلة المنارة، المجلد ١٣، العدد ٢، الأردن، ٢٠٠٧.

بحيث تتفق مع الاحتياجات الفعلية لطالبيها، ويتوجب أن توفر الشكل، والشمول، والنوعية المطلوبة في التوقيت المناسب، وتساعد في مراقبة العمل بكفاءة واقتصاد(١).

وكذلك تم تعريفها على أنها مجموعة من الاجزاء، والأنظمة الفرعية التي ترتبط مع بعضها، ومع البيئة المحيطة، وتعمل كمجموعة واحدة تتداخل العلاقات مع بعضها بعضاً، وبين النظام الذي يضمها بحيث يعتمد كل جزء منها على الآخر في تحقيق الأهداف التي يسعى إليها النظام الشامل في المحاسبة(٢).

ويعرف الباحث نظم المعلومات المحاسبية في هذه الدراسة على أنها: مجموعة من المكونات المادية وغير المادية، تتفاعل مع بعضها البعض لتوفير وتجميع البيانات اللازمة بالقدر الملائم، والوقت المناسب، وتشغيلها ومن ثم تحويل هذه البيانات إلى معلومات مفيدة لكافة الأطراف داخل البنك وخارجه، حتى تتمكن تلك الأطراف من اتخاذ القرارات الرشيدة في المجالات المختلفة.

٢-١-٣ أهمية نظم المعلومات المحاسبية

تعد نظم المعلومات المحاسبية جزءاً من النظام الكلي للمعلومات، وتلعب هذه النظم دوراً مهما وفعالا يتمثل في تزويد مختلف مستويات اتخاذ القرار بمعلومات جاهزة، صحيحة، ودقيقة، وفي الوقت المناسب تساعدهم في اتخاذ مختلف القرارات الإدارية، ويتم توفير هذه المعلومات عن طريق التقارير والقوائم التي تعد من واقع البيانات اليومية الفعلية. كما تكمن أهمية نظم المعلومات المحاسبية في أنها توجد داخل المنشأة، وتتحكم بكل نشاطاتها، فهي تتكون من مجموعة من العناصر البشرية والآلية، والإجراءات، وقواعد البيانات، والدوائر، والأجهزة، والتقنيات، والبرامج، التي توجد داخل النظام الكلي للمنشأة، وتختص بتحديد وتجميع وتشغيل وتحليل وتخزين المعلومات, وإرسالها لمراكز اتخاذ القرارات، بحيث تتفق معه الاحتياجات الفعلية لطالبيها، ويتوجب توفر الشكل، والشمول، والنوعية المطلوبة في التوقيت المناسب، وكذلك تساعد في مراقبة العمل بكفاءة واقتصاد(٣)، ويمكن تصنيف نظم المعلومات المحاسبية ضمن النظم التشغيلية لأنها تلعب الدور الأساسي في إدارة وتنظيم وتدقيق البيانات والمعلومات

---

(1) الظفيري، "دور نظم المعلومات المحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨.

(2) جل، "مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية العراقية الاهلية من وجهة الإدارة"، مرجع سابق، ٢٠١٠.

(3) الظفيري، "دور نظم المعلومات المحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨.

داخل المنشأة، أو بين المنشأة والبيئة المحيطة، حيث تقوم بإنجاز عملية تجميع وتلخيص ومعالجة كم كبير من البيانات الواقعة خلال فترة زمنية محددة، وتحويلها إلى معلومـــات تلبـــي حاجـــات المستخدمين، وكذلك فإن نظم المعلومات المحاسبية تنتمي إلى نظـــم المعلومـــات المفتوحـــة لأن التغذية العكسية فيها تمتد على ما وراء حدود النظـــام، إذ إن ملاحظـــات المـــستخدمين حـــول مخرجات النظام ستؤدي إلى تطوير عمل النظام ليحقق مزيداً من الكفاءة والتكامل مـــع الـــنظم الفرعية الأخرى في المنشأة[١].

ومن جهة اخرى فإن لنظم المعلومات المحاسبية المصممة بشكل يتلائم مـــع احتياجـــات المنظمة تأثيراً كبيراً على فاعلية كافة العمليات والأنشطة داخل المنظمة، بحيث أصـــبحت نظـــم المعلومات المحاسبية عاملاً هاماً من عوامل نجاح المنظمات في ظل عـــالم المنافـــسة الدوليـــة والتجارة الإلكترونية.

تحتاج الإدارة إلى المعلومات التي تتصف بالملائمة والموثوقية، والتي تقـــدم لمتخـــذي القرار في التوقيت المناسب، وذلك لضمان سلامة القرارات التي تستند إلى تـــوفير المعلومـــات الملائمة، لذلك فإن نجاح القرار وزيادة فاعليته يتوقف على مدى نجاح نظم المعلومات بتـــوفير المعلومات الكافية والمتكاملة من أجل تسهيل اتخاذ القرار الإداري.

يعتبر نظام المعلومات المحاسبية في الوحدة الاقتصادية بحكم عمله وعلاقته مع جميـــع النظم الفرعية الأخرى المصدر الأساس في توفير معظم المعلومات اللازمة لاتخـــاذ القـــرارات المالية، كتحديد نتيجة النشاط الذي تمارسه الوحدة الاقتـــصادية، والتحلـــيلات المتعلقـــة بكيفيـــة الوصول إلى قياس الربح وتحليلاته، فضلاً عن توفير البيانـــات الخاصـــة بتخطـــيط الربحيـــة وتحليلات التعادل، كذلك تحليل مصادر الأموال، والكيفية التي تم من خلالهـــا اســـتخدام تلـــك الأموال، من خلال إعداد قائمة مصادر الأموال واستخداماتها، وكذلك قائمة التدفقات النقدية، في سبيل تحديد مجالات الحصول على الأموال واستخداماتها في الأنـــشطة التـــشغيلية والتمويليـــة والاستثمارية، ويساعد أيضاً في تفسير النتائج الذي يتم التوصل إليها من خلال عمليات التحليـــل المالي للبيانات المحاسبية التي تحتويها مجموعة التقارير والقوائم المالية ذات العلاقة بالسياسات المالية للإدارة المالية في مجالات التمويل، وتحـــصيل الـــديون ومـــدى القـــدرة علـــى الوفـــاء بالالتزامات المالية، كما يقدم المساعدة في وضع تقديرات الموازنة النقدية التي يمكن أن تعتمـــد

---

(1) إبراهيم ناصر جودة، "نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة في ضريبة الدخل وأثرها على فاعلية الدائرة في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت،٢٠٠٤.

عليها الإدارة المالية في قيامها بأعمالها الملقاة على عاتقها وبما يمكن أن يساهم في تحقيق أهداف الوحدة الاقتصادية بصورة عامة[١].

٢-١-٤ أهمية نظم المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية

يشكل الجهاز المصرفي مرتكزاً أساسياً من مرتكزات النظام الاقتصادي الأردني كما في غيره من مرتكزات الدول عموما، وقد أسهم الإبداع التكنولوجي المتواصل، والمنافسة المحتدمة بين مكونات القطاع المصرفي، في إحداث تطورات متسارعة في الصناعة المصرفية، وبرزت أشكالاً من المنتجات، والخدمات المصرفية في مختلف مجالات العمل المصرفي، كعمليات الصيرفة الإلكترونية وبطاقات الائتمان المصرفية، وخدمات الصراف الآلي، وتقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت[٢]، الأمر الذي تطلب ضرورة وجود علاقة نظامية تجمع وتربط بين كل من النظام المحاسبي المطبق على تقديم الخدمات المصرفية، وبين الاستراتيجيات الموضوعة لإنجاح الخدمات المصرفية للبنك التجاري بشكل عام، إنطلاقاً من أن النظام المحاسبي لم يقصر اهتمامه على النواحي المحاسبية فقط، وإنما يتعداها إلى توفير البيانات الكمية والمالية التي يحتاج إليها متخذ القرار[٣].

من جهة اخرى تعود أهمية نظام المعلومات المحاسبي في البنوك التجارية لخصوصية وحساسية الانشطة المصرفية وتفرده بمجموعة من السمات أهمها[٤].

١- السرعة الفائقة التي يجب ان تتميز بها عملية اتخاذ القرارات.

٢- اشتمال العمل المصرفي على عدة انشطة يتم تنفيذها بدرجة عالية من المهارة والحرفية.

٣- كون النقود هي الأساس للنشاط المصرفي وهي غالباً مستهدفة الأمر الذي يقتضي درجة عالية من الحذر عن طريق وسائل الرقابة اللازمة للأداء الوظيفي داخل البنك.

---

(١) مراد خالد مصلح رادايدة، "أثر المعالجات الآلية على أنظمة المعلومات المحاسبية، دراسة تطبيقية في دائرة الجمارك الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، ١٩٩٨.

(2) خالد امين عبدالله وخالد القطناني، البيئة المصرفية واثرها على كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية، دراسة تحليلية على المصارف التجارية في الاردن، المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الاول، ٢٠٠٧.

(3) الظفيري، "دور نظم المعلومات المحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨، ص ٥١.

(4) عبد الكريم فاضل، "مدى تأثير العوامل السلوكية والتكنولوجيا على فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية اليمنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠٠٤.

٤- كون أموال البنك في معظمها ملك للمودعين، الأمر الذي يستلزم مزيد من التخطيط الجيد والانضباط الكافي لعملية اتخاذ القرارات بشأن توظيف تلك الاموال.

٥- يمتاز النشاط المصرفي بدرجة عالية من الحساسية للأحوال الاقتصادية، لذا لا بد من توفر وسيلة لاستيعاب وامتصاص هذه التأثيرات.

٦- اتساع مساحة تأثير النشاط المصرفي في جميع الأنشطة الاقتصادية التي يزاولها المجتمع من خلال التسهيلات الائتمانية والخدمات المصرفية الاخرى.

٢-١-٥ خصائص نظم المعلومات المحاسبية

تعد المعلومات التي تنتجها الأنظمة مورد أساسي من موارد المنظمات على مختلف أشكالها، فهي العمود الفقري للقرارات المالية سواء كانت قرارات تشغيلية أو استثمارية أو تمولية، حيث أن هذه القرارات تساهم في رفع أداء المنظمة، وتحقق ميزة تنافسية تنعكس إيجابيا على القيمة السوقية للمنظمة ومن ثم تعظيم ثروة المساهمين، واستمرارها في القطاع الذي تعمل فيه. كذلك تعتبر المعلومات المحاسبية الوسيلة التي تقدم بها المنظمات وضعها المالي وأدائها ونفقاتها النقدية وغير النقدية[1]. وحتى تكون المعلومات ملائمة للقرارات الإدارية يجب ان تتصف بالخصائص التالية:

١. ان تتعلق المعلومات بالمستقبل.

٢. ان تختلف المعلومات لاختلاف البدائل المتعلقة بالقرار.

٣. الدقة: اي ان تكون المعلومات درجة من الدقة الصفة والتحديد، اذ ان هذه الصفة تزيد من ملاءمة المعلومات لمتخذي القرار.

٤. التوقيت المناسب: أي أن تصل المعلومات إلى مستخدميها في الوقت المناسب، اذ ان وصول المعلومات متاخرة يفقدها من أهميتها وملائمتها للقرار.

٥. التمام: والتي تعني ان تكون المعلومات مكتملة، حتى تعطي متخذ القرار الصور الشاملة عن موضوع القرار.

٦. القابلية للفهم: والتي تشير إلى ضرورة ان تكون المعلومات المقدمة لمستخدميها مفهومة من قبلهم، مما يستدعي في بعض الاحيان كتابة تقارير بلغة مبسطة، والابتعاد عن المصطلحات الفنية التي قد يصعب فهمها من قبل بعضهم.

---

(1) العماري، "طبيعة وأهمية نظام المعلومات المحاسبية"، مرجع سابق، ٢٠٠١، ص ١٢٤.

٧. القابلية للمقارنة: والتي تعني ضرورة ان تعد المعلومات المتعاقبة بأسلوب يسهل على المستخدمين لها مقارنتها، مما يسهل عليهم بالتالي التعرف على اوجه التغير والاختلاف من فترة لاخرى. كما ان القابلية للمقارنة تشير إلى عرض البيانات المستخدمة للمفاضلة بين البدائل بأسلوب مشابه ومتسق.

٨. الموضوعية: وتعني ضرورة اعداد المعلومات بامانة وخلوها من الاخطاء والتزوير والابتعاد عن التحيز، حتى يمكن لمستخدميها الاطمئنان إلى صحتها وبالتالي الوثوق بها.

٩. ان يكون للمعلومة تأثير على قرار أو افعال مستخدميها، اي ان تساعدهم وتساهم في قيامهم بمهماتهم، أما اذا لم يكن للمعلومات اي أثر على القرار، فإنها توصف المعلومات غير الملائمة.

وتجدر الاشارة إلى وجود تعارض في بعض الاحيان بين الخصائص السابقة، فتمام المعلومات أحياناً قد يتطلب وقتاً طويلاً مما يؤدي إلى تأخر وصولها، لذا لا بد أحياناً من التضحية بجزء من تمام المعلومات في سبيل وصولها في الوقت المناسب(١).

من جانب اخر يهدف النظام المحاسبي بالدرجة الأولى إلى توصيل تلك المعلومات بشكل مناسب للمستخدمين، وفي الوقت المناسب، وبدقة متناهية وبأقل تكلفة ممكنة. لذلك يجب ان تتميز نظم المعلومات المحاسبية بعدة خصائص، إذا ما توفرت فيها تجعلها نظماً للمعلوماتية تتمتع بالكفاءة والفاعلية والقدرة على تأدية وظائفها المختلفة التي أعدت من أجلها، وفيما يلي أهم الخصائص:

١. يجب أن تحقق نظم المعلومات المحاسبية درجة عالية جداً من الدقة والسرعة في معالجة البيانات المالية عند تحويلها لمعلومات محاسبية.
٢. أن تزود الإدارة بالمعلومات المحاسبية الضرورية، وفي الوقت الملائم لاتخاذ قرار اختيار بديل من البدائل المتوفرة للإدارة.
٣. أن تزود الإدارة بالمعلومات اللازمة لتحقيق الرقابة، والتقييم لأنشطة المنظمة الاقتصادية.
٤. أن تزود الإدارة بالمعلومات اللازمة لمساعدتها في التخطيط القصير والمتوسط والطويل الأجل.
٥. أن تكون سريعة ودقيقة في استرجاع المعلومات الكمية والوصفية المخزنة، وذلك عند الحاجة إليها.

---

(1) محمد أبو نصار، **المحاسبة الإدارية**، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٥.

٦. أن تتصف بالمرونة الكافية، عندما يتطلب الأمر تحديثها وتطويرها لتتلاءم مـــع التغيـــرات الطارئة على المنظمة.

٧. أن تكون مقبولة لدى العاملين في المنظمة، وتتوفر فيها درجة معقولة من الاقتناع بأهميتهـــا وفائدتها.

٨. أن تكون بسيطة، ويتضح فيها تدفق البيانات من مصادرها بشكل مـــنظم، وتجنـــب تكـــرار البيانات التي يتم تشغيلها، وبيان تدفق المعلومات بين مراكز اتخاذ القرارات المختلفة.

٩. أن تكون مرتبطة مع نظم المعلومات الأخرى في المنشأة، بما يحقق التكامـــل فيمـــا بينهـــا لخدمة وظائف التخطيط والتنفيذ والرقابة، وبحيث توفر كل ما يحتاج إليه متخذ القرار مـــن معلومات.

٢-١-٦ مكونات نظم المعلومات المحاسبية

إن نظام المعلومات المحاسبي كأي نظام يتكون من مجموعة من المكونات لتحقق هدفـــه الذي قام لأجله، وهذه المكونات هي(١):

١- المستندات والأوراق الإثباتية التي تؤدي العمليات المالية التي تحدث في المنشأة الاقتصادية.

٢- قواعد البيانات التي تخزن فيها البيانات المالية الخاصة بالعمليات المحاسبية.

٣- البرامج التطبيقية الحاسوبية التي تعالج البيانات لتحويلها لمعلومات مفيدة ملائمة.

٤- الإجراءات المحاسبية المرسومة والمكتوبة لتسلسل العمليات المالية في المنشأة.

٥- الأفراد المتعاملون مع واحد أو أكثر من عناصر النظام المحاسبي.

٦- الوسائل الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المستخدمة في نظم المعلومات المحاسبية.

والعوامل المؤثرة في نظم المعلومات المحاسبية تكمن في الأفراد القائمين على هذه النظم وعمليات تجميع البيانات ومعالجتها وتخزينها واتخاذ القرارات، بالإضافة للأجهـــزة والوســـائل المستخدمة لتحقيق هدف نظم المعلومات المحاسبية في الحصول علـــى المعلومـــات المحاســـبية الداعمة للقرارات.

٢-١-٧ وظائف نظم المعلومات المحاسبية

تحقق نظم المعلومات المحاسبية العديد من الوظائف أهمها(٢):

١- وظيفة تجميع البيانات المحاسبية.

---

(١) محمد يوسف الحفناوي، **نظم المعلومات المحاسبية**، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠١، ص ٥٨.

(٢) المرجع ذاته، ص ٦٠.

٢- وظيفة مراجعة وإدخال وتخزين البيانات المحاسبية في نظام المعلومات المحاسبي.

٣- وظيفة معالجة البيانات المحاسبية لتحويلها لمعلومات تخدم أهداف المنشأة.

٤- وظيفة تخزين المعلومات المحاسبية.

٥- وظيفة عرض تلخيصي للمعلومات بأسلوب كمي، أو بياني وبتقارير دورية أو حسب الطلب.

وبشكل أكثر تفصيل يقوم نظام المعلومات المحاسبي بمجموعة من الفعاليات، والانشطة التي يجب القيام بها، وتوصيلها إلى مستخدميها، والغرض منها إنتاج المعلومات المحاسبية وتوصيلها إلى مستخدميها ويتم ذلك من خلال المراحل التالية(١):

أولاً: المدخلات: حتى نستطيع الحصول على المعلومات من نظام المعلومات، لا بد من تجميع بيانات حول الواقع، حيث تشكل هذه البيانات مدخلات النظام، وتمثل البيانات المواد الأولية، وتنشأ نتيجة للعمليات والإحداث الاقتصادية التي تمت داخل المنشأة وخارجها.

ثانياً: المعالجة/ التشغيل: وهي تمثل الجانب الفني من النظام، وهي عبارة عن مجموعة من العمليات الحسابية التي تجري على البينات الداخلة، بغرض تحويلها إلى معلومات، تقدم للمستفيد النهائي بصورة جديدة أكثر فائدة وتتم المعالجة بواسطة إجراءات محكومة بقواعد ومبادئ علمية.

وتتضمن انشطة التشغيل عمليات اضافية مختلفة حيث يتم إدارة البيانات من خلال الوظائف التالية:-

١ - التخزين: وتمثل عملية تخزين البيانات في النظام لغايات استخدامها في تحقيق الأهداف التي انشا من اجلها، ويتم حفظ البيانات وتخزينها في ملفات، أو على شكل قاعدة بيانات.

٢- التحديث: وتتمثل في تعديل البينات التي يتم تخزينها، وتحديثها لتعكس تطور الأحداث والعمليات وأثر القرارت التي تمت بعد ادخال البيانات إلى النظام وتخزينها.

٣- الاستدعاء: وتعني استخراج البيانات المخزنة وإعادة طلبها لإجراء مزيد من التشغيل عليها أو تقديمها إلى المهتمين في صورة تقارير مالية.

---

(1) كمال الدين الدهراوي، **نظم المعلومات المحاسبية في ظل تكنولوجيا المعلومات**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٧.

٤- الرقابة والسيطرة: وتتضمن جميع العمليات التي يتم اتخاذها للحفاظ على كيان النظام واستمراره لتحقيق أهدافه، كما تتضمن كافة الإجراءات اللازمة لحماية البيانات، ومنع فقدانها أو التلاعب بها، وتتم إجراءات التحكم والسيطرة على كافة مراحل النظام ووظائفه المختلفة.

ثالثاً: المخرجات: يتم ايصال المعلومات إلى المستفيدين وفق أشكال مختلفة ينتجها النظام المحاسبي بهدف توصيلها إلى المهتمين على شكل تقارير، وقوائم مالية يطلق عليها مخرجات نظام المعلومات.

رابعاً: التغذية العكسية: هي عملية قياس ردة فعل المستفيدين على عمل النظام، وتمثل العمليات الارتدادية للنظام المحاسبي، والتي يستفاد منها في قياس مدى استجابة النظام وتحقيقه للأهداف المرغوبة.

٢-١-٨ مقومات النظام المحاسبي

يحصل نظام المعلومات المحاسبي في المنظمة على مدخلات داخلية وخارجية يجري عليها النظام عملياته بتفاعل مكوناته، لتشكل في النهاية مخرجات يستخدمها أطراف من الداخل ومن الخارج، هذه المخرجات ما نطلق عليها اسم المعلومات، وطبيعة المعلومات المخرجة تختلف بأصل بياناتها المدخلة والتي تختلف من منظمة لأخرى، وبالتالي تختلف المعلومات المخرجة في تلك المنظمة عن بعضها البعض(١).

وتمثل مقومات أي نظام مجموعة الأسس التي يقوم عليها عمل النظام بصورة مترابطة ومكملة لبعضها البعض بحيث لا يمكن الاستغناء عن أحدها إذا ما أريد لذلك النظام تحقيق أهدافه بفاعلية(٢).

وهناك مجموعة من المقومات التي تتواجد في النظام المحاسبي قد تختلف في تفاصيلها من وحدة اقتصادية إلى أخرى تبعاً لعدة عوامل من أهمها: حجم الوحدة الاقتصادية، طبيعة النشاط، الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتشغيل النظام، طبيعة النظام من حيث كونه يدوياً أو آلياً أو إلكترونياً، إلا أن توفير هذه المقومات هو أمر ضروري يستلزمه العمل المحاسبي، فالنظام المحاسبي المعلوماتي أينما وجد يعبر عن نشاط اقتصادي يحتاج فيه المدراء لمعلومات

(١) الحفناوي، نظم المعلومات المحاسبية، مرجع سابق، ٢٠٠١، ص ٥١.

(٢) محمد مطر، "دور المحاسب الإداري في اتخاذ القرارات"، مجلة المحاسب القانوني العربي، العدد ١٢٠، ٢٠٠٤.

ثابتة وموثوقة، يوفرها هذا النظام، ويحتوي هذا النظام على سجلات تاريخيـة تعـرض نتـائج خطط سابقة[١].

ويرى عباس والفيلي بان نظام المعلومات المحاسبية في البنوك التجاريـة يقـوم علـى مجموعة من المقومات أهمها معرفة بيئة نظام المعلومات، وجود أهـداف لنظـام المعلومـات المحاسبي ودورة لتجهيز البيانات في البنوك، بالإضافة إلى جود شبكة اتصال، وتوفرالمكونـات المادية وغير المادية للنظام، ادوات رقابية وتحليلية، كذلك جود دليل حسابات في البنك[٢].

٢-١-٩ أهداف نظم المعلومات المحاسبية

إن الهدف الأساسي من النظام المحاسبي هو إنتاج تقارير دقيقة وذلك في الوقت الملائـم بما يساعد متخذي القرارات على اتخاذ قرارات رشيدة[٣]. لذلك تسعى المحاسبة فـي أي وحـدة اقتصادية إلى تحقيق هدف عام يتمثل في توفير المعلومات التي يمكن أن تستفيد منهـا الجهـات التي لها علاقات مباشرة، وغير مباشرة بالوحدة الاقتصادية، وبما يمكن أن يساعدها في اتخـاذ العديد من القرارات، وهي تسعى إلى تحقيق هذا الهدف العام من خلال تحقيق مجموعـة مـن الأهداف الفرعية الآتية[٤]:

١- قياس كافة الإحداث الاقتصادية التي تحدث في الوحدة الاقتـصادية مـن خـلال عمليـات التسجيل والتبويب والتلخيص في الدفاتر والسجلات المحاسبية.

٢- توصيل كافة البيانات والمعلومات عن طريق مجموعة من التقارير، والقـوائم إلـى كافـة الجهات التي يمكن أن يستفاد منها.

٣- تحقيق الرقابة الداخلية على جميع العناصر المادية التي تتواجد في الوحدة الاقتصادية.

وفيما يتعلق بأهداف النظام المحاسبي في البنوك التجارية يمكن تحديدها بالآتي[٥]:

١- تحقيق الدقة والانجاز الصحيح.

٢- السرعة في الانجاز.

---

(١) الحنفاوي، نظم المعلومات المحاسبية، مرجع سابق، ٢٠٠١، ص ٦٠.

(2) عباس اسماعيل وهاني الفيلي، **محاسبة البنوك**، الطبعة الثانية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ٢٠٠٦.

(3) جمعة وآخرون، نظم المعلومات المحاسبية، مدخل تطبيقي معاصر، مرجع سابق، ٢٠٠٣، ص٤٣.

(٤) محمد عبد الكريم الرعود، "أثر نظم المعلومات الإدارية المحوسبة على فعالية الرقابة الإدارية فـي القطـاع العـام الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاردنية، ٢٠٠٤، ص ٣٤.

(5) خالد أمين عبدالله، **التدقيق والرقابة في المصارف**، معهد الدراسات المصرفية، الأردن، ١٩٩٨.

٣- الاقتصاد في النفقات وذلك بجعله مرناً إلى أبعد الحدود بحيث يمكن تطبيقه بسهولة ليلائم الإنجزات التكنولوجية التي يتطلب استخدامها كالحاسب الآلي وغيره.

٤- تحقيق مبدأ الرقابة الداخلية.

٥- إنجاز الكشوف والتقارير المالية المطلوبة لغايات البنك وكذلك للبنك المركزي.

٢-١-١٠ فاعلية نظم المعلومات المحاسبية

ترتبط فاعلية ونجاح اي نظام للمعلومات بدرجة تأثيره على أداء الإدارة العليا لوظائفها المركزية في التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات الاستثمارية والتمويلية والاستراتيجية وتقييم الأداء، ويتمثل هذا التأثير فيما يقدمه هذا النظام من معلومات ملائمة عن البدائل المتاحة أمام متخذي القرارات لحل المشاكل القائمة والمحتملة في المستقبل لتحقيق الأهداف المطلوبة، وفي مجال الخدمات المصرفية شأنها شأن أي مجال آخر، فإن مقياس المنفعة وأساس تحقيق الرشد في القرارات مرتبط بنوعية المعلومات المقدمة لإرساء قواعد التخطيط السليم للنشاط المصرفي ووضع أسس مناسبة لتنفيذ الأهداف ومتابعتها بما يضمن حسن سير الأداء[١].

إن نظم المعلومات المحاسبية الفعالة هي التي توفر المعلومات الصحيحة والمعاصرة التي تتعلق بقرار إداري معين، ولتوفير نظم معلومات محاسبية فعالة، من المفترض على مصممي النظم أن يعملوا عن كثب مع المديرين ومستخدمي نظام المعلومات المحاسبي الآخرين لتحديد احتياجاتهم من المعلومات بدقة[٢]، ولكي يتصف النظام بالفاعلية لا بد من تحديد احتياجات مستخدمي النظام من المعلومات بدقة, وأن يتم تصميم هذا النظام لخدمة تلك الاحتياجات. ويمكننا تعريف نظم المعلومات المحاسبية الفاعلة بأنها تلك النظم التي تستطيع تحقيق الأهداف التي وجدت لأجلها وهي تقديم المعلومات الملائمة وفي الوقت المناسب بحيث يكون لها تأثير مباشر وإيجابي على قرارات مستخدميها.

٢-١-١١ نظم المعلومات المحاسبية ودورها في قطاع الخدمات المصرفية

إن لنظم المعلومات المحاسبية المصممة بشكل يتلائم مع احتياجات المنظمة تأثيراً كبيراً على فاعلية كافة العمليات والأنشطة داخل المنظمة، بحيث أصبحت نظم المعلومات المحاسبية

---

(1) محمد يونس أبو حرب، "مدى موثوقية وملائمة مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في ظل تطبيق القيمة العادلة في البنوك التجارية الأردنية"، أطروحة دكتوراة غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، ٢٠٠٩.

(2) كامل السيد غراب، وفادية محمد حجازي، **نظم المعلومات الإدارية- مدخل إداري**، مكتبة ومطبعة الشباب الفنية، مصر، ١٩٩٩.

عاملاً هاماً من عوامل نجاح قطاع الخدمات بشكل عام، والبنوك بشكل خاص، حيث بدأت البنوك مع بداية القرن العشرين وفي ظل عالم المنافسة الدولية والتجارة الإلكترونية، تحتل موقع التميز وتتقدم باقي القطاعات الاقتصادية في الغالبة العظمى من دول العالم.

من جهة اخرى تلعب نظم المعلومات المحاسبية المطبقة في أي بنك دوراً هاماً في توفير المعلومات اللازمة لتحسين وتسريع أداء الكثير من الخدمات المصرفية، وخاصة مجموعة الخدمات الإلكترونية المتكاملة والمتميزة، والتي تتمثل بما يلي:

١. خدمة الصرافات الآلية: تقدم البنوك خدمات الصرافة الآلية لعملائها عن طريق استخدام ماكينات آلية إلكترونية، وقد تطور عمل الصرافات الآلية حيث أصبحت تقدم خدمات متقدمة، بالإضافة لخدماتها الأصلية في صرف المبالغ النقدية، كما أنها تقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية، بالإضافة إلى إيداع المبالغ النقدية والشيكات، والاستفسار عن الأرصدة والتحويل من الحسابات، وطلب كشف حساب، وتغيير الرقم السري، والاستفسار عن أسعار العملات.(١)

٢. خدمة الصيرفة عبر الهاتف: تعتمد هذه الخدمة على وجود شبكة تربط فروع البنك بعضها مع بعض، وتمكن الموظف المسؤول من تقديم الخدمة الهاتفية من خلال الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من فروع البنك، حيث يقوم العميل بالاتصال برقم محدد للحصول على خدمة محددة من البنك الذي يتعامل معه، يستطيع الموظف المسؤول عن الرد على العميل من خلال الوصول إلى بياناته عن بعد، ويبدأ بتوجيه أسئلة محددة للتأكد من هويته، كالسؤال عن آخر معاملة قام بها، أو حجم المبلغ الذي قام بإيداعه،...الخ.(٢)

٣. الصيرفة عبر الهاتف الجوال: تعتمد هذه الخدمة على إقامة قناة اتصال مباشر بين البنك والعميل عن طريق تقنية الــ(WAP)، وهو النظام الذي يتيح استخدام الإنترنت من خلال المحمول، وتتيح هذه الخمة للبنك عرض خدماته للعميل، وقيام العميل بالعديد من الخدمات مثل: الاستفسار عن آخر ١٠ حركات على الحساب وإجراء بعض التحويلات من حساب إلى حساب داخلي، وملخص أرصدة الحساب، ووقف بطاقة الفيزا إلكترون، وتسديد فواتير

---

(1) أحمد محمد غنيم، **الإدارة الإلكترونية- آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل**، المكتبة العصرية، المنصورة، ٢٠٠٣، ص ٩١.

(2) أحمد سفر، **العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية**، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، ٢٠٠٦، ص ص ١١٥-١١٦.

الهاتف النقال، والاستفسار عن العملات الرئيسية، وأسعار الفوائد على الدينار، والعمـلات الأجنبية.(١)

٤. البنك المنزلي: يتمثل بالحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمـل أو أي مكـان أخـر، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سـر (Password) أو رقـم سـري (Pin Number) أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة.

٥. البطاقات الذكية: وهي من الاختراعات الحديثة التي دعمت نظام الدفع الإلكترونـي، وهـي بطاقة دفع بلاستيكية تتميز بوجود قرص رقيم محفور على البطاقة قـادر علـى الـتحكم، والمحافظة على البيانات المخزنة من أي شطب أو إضافة، وهذه البيانات ممكن قراءتها من خلال القارئ عندما تمرر البطاقة عليه.

٦. نقاط البيع: وتتمثل بالنقاط المتوفرة عن طريق الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجاريـة والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقـات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً من خلال تمريـر هـذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونياً من خلال تمرير البطاقـة داخـل هـذه الآلات المتصلة إلكترونياً بحاسب البنك(٢).

٧. بطاقة الدفع الإلكتروني: بطاقات من ورق، أو بلاستيك، أو مادة أخرى يصعب العبث فـي بياناتها، أو تزويرها، يذكر فيها اسم العميل، وعنوانه ورقـم حـسابه لـدى الجهـة التـي أصدرتها، وعندما يحصل هذا العميل على سلعة، أو خدمة معينة فبدلا من أن يدفع الـثمن فورا إنه يقدم بطاقة الدفع الإلكتروني إلى البائع الذي يدون بياناتها في الفاتورة التي يوقعها العميل ثم يرسل البائع الفاتورة إلى مصدر البطاقة حيث يسددها له، ثم تقوم الجهة مـصدرة البطاقة بإرسال الفاتورة إلى العميل آخر كل شهر، أو مدة متفق عليها طالبة سدادها(٣).

٨. الصيرفة عبر شبكة الإنترنت: ينتمي هذا النوع من الخدمات إلى مجموع الخـدمات التـي يطلق عليه: الخدمات المصرفية من المنزل Home Banking، والخدمات المصرفية عن بعد Remote Banking، والخدمات المصرفية الفورية Online Banking، والخدمات المـصرفية

---

(1) حافظ كامل الغندور، **محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة**، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت، ٢٠٠٣، ص ص ٩٧-١٠٨.

(2) ناظم محمد الشمري، وعبد الفتاح زهير العبداللات، **الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع**، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨، ص ص ٣١-٤٩.

(3) علي جمال الدين عوض، **عمليات البنوك من الوجهة القانونية في قانون التجارة الجديد وتشريعات البلاد العربية**، ط٣، دار النهضة العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ٢٠٠٠، ص ٥٧٧.

الذاتية Banking Self-serving، فقد بدأت إدارة البنوك في تقديم خدمات مصرفية لعملائهـا من خلال شبكة الإنترنت بشكل تدريجي، وذلك لتوفير الخدمات المصرفية لكـل عملائهـا، فضلاً عن تحقيق الكفاءة والفاعلية في عمليات تسويق خدماتها المالية حتى فـي المنـاطق البعيدة، والنائية والتي لا تتوفر لهذه البنوك فروع فيها.(١)

٢-١-١٢ متطلبات الاستثمار في أنظمة المعلومات المحاسبية

تتكلف المنشآت مبالغ طائلة للحصول على تكنولوجيا المعلومات أو تطوير ما هو قـائم، حيث تتمثل متطلبات الاستثمار في أنظمة المعلومات المحاسبية بما يلي(٢):

أولاً: الحصول على أجهزة: يوجد العديد من البدائل المتاحة للحصول علـى أجهـزة جديـدة، فبجانب بديل شراء الأجهزة بامكان المنظمة تاجيرها على فترات قصيرة أو طويلة الاجل مع حق شرائها بعد انتهاء عقد الاستئجار.

ثانياً: الحصول على برامج: غالباً ما يكون لوجود برامج التطبيقات الجيدة تأثيراً جوهرياً فـي الاختيار ما بين أنواع أجهزة الكمبيوتر المختلفة.

ثالثاً: تقييم واختيار البرامج الجاهزة: إن التكلفة هي العنصر الجوهري فـي اختيـار البـرامج الجاهزة، وتعتمد التكاليف في نفس الوقت على عدد كبير من العوامل التي تؤثر على تنفيذ وتشغيل هذه البرامج.

رابعاً: الحصول على الموارد البشرية: إن كفاءة وفاعلية تشغيل النظام تعتمـد علـى العنـصر البشري المسؤول عن إدامة وتطوير النظام.

ولا شك أن بناء أو إعادة بناء أنظمة المعلومات المحاسبية عملية مكلفة حيـث تتطلـب كثيرا من الوقت والجهد والمال وبالتالي يفترض ان تنعكس هذه التكلفة على الأداء ومـن بـين القطاعات الاقتصادية التي اتسع فيها استخدام أنظمة المعلومات بصورة كبيرة ومميـزة قطـاع البنوك، حيث ساهمت في انجاز العمليات المصرفية على اختلافها، وقللت من التكلفـة والوقـت وحسنت من الجودة للخدمات المقدمة للزبائن.

---

(1) غنيم، الإدارة الإلكترونية- آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، مرجع سابق، ٢٠٠٣، ص ٩٧.

(2) الطاهر الكردي، "تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات وعلاقتها بأداء المنظمات، دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في الأردن"، مجلة الجندول، السنة الثالثة، العدد٢٤، ٢٠٠٥، متوفرة على الموقع www.Uluminsania.net\b10.htm

المبحث الثاني: الميزة التنافسية

- مفهوم الميزة التنافسية
- أهمية الميزة التنافسية
- العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية.
- تصنيف المزايا التنافسية
- مصادر الميزة التنافسية
- استراتيجيات الميزة التنافسية
- أنواع الميزة التنافسية
- معايير الحكم على الميزة التنافسية
- المحافظة على الميزة التنافسية
- أبعاد الميزة التنافسية

المبحث الثاني: الميزة التنافسية

٢-٢-١ مفهوم الميزة التنافسية

تسعى المنظمات باختلاف أنواعها وأحجامها إلى تحقيق التفوق، والتميز ضماناً لنموها واستمرارها وبقاءها وبخاصة في ظل عملها في بيئة تنافسية غير مؤكدة، حيث يمثل اكتساب وتطوير الميزة التنافسية هدفا استراتيجيا تسعى البنوك لتحقيقه في ظل التحديات التنافسية جراء تحرير الخدمات المصرفية، اذ ينظر للميزة التنافسية على انها قدرة البنك على تحقيق حاجات العميل المصرفي في الوقت والمكان المناسبين، وبالسعر المناسب، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من الخدمة. ويتطلب تحقيق المزايا التنافسية توافر عدة مقومات لعل من بينها نظم المعلومات المحاسبية، والتي هي الأخرى أضحت من المواضيع المهمة خاصة في ظل التحول إلى اقتصاديات المعرفة، وتكنولوجيا المعلومات، وما يشهده العالم من تطور تقني شمل كل مجالات الحياة، وتأثرت بها منظمات الأعمال بشكل مباشر أو غير مباشر.

تلعب المنافسة في الوقت الحاضر دوراً أساساً وحيوياً في تحديد وضع الشركات الخدمية في السوق، حيث أن هذه الشركات أصبحت أكثر تبنياً وتقبلاً للأفكار الاقتصادية التي تشجع إطلاق المنافسة وتقيد الاحتكارات، فالمبدأ الثابت في بيئة الأعمال الحالية هو التغيير، والقاعدة الوحيدة في النمو والتطور هي المنافسة، وتنوع إستراتيجيتها ومداخلها والتكنولوجيا تتطور، والمنتجات تتطور، والمنتجات تتقادم، والعمليات تتغير بسرعة، والعالم يعيش اليوم عصر المعرفة، وقد كان من أخطر آثار العصر الجديد ظهور التنافسية كحقيقة أساسية، لتحديد نجاح شركات الأعمال أو فشلها.

بدأ مفهوم الميزة التنافسية يظهر في أدبيات الإدارة في بداية الثمانينات، ويعد بورتر أول من قدم إسهامات في هذا المجال من خلال مؤلَفِه في هذا المجال عام ١٩٨٥ المسمى بالاستراتيجية التنافسية، حيث أصبح مفهوم الميزة التنافسية يشغل حيزاً، ومكانة هامة في كل من مجاليّ الإدارة الاستراتيجية، واقتصاديات الأعمال، فهي تمثل العنصر الاستراتيجي الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق الشركة ربحية متواصلة بالمقارنة مع منافساتها، ويعتمد هذا المفهوم نقطة أساسية وهي أن العامل الأكثر أهمية، والمحدد لنجاح شركات الأعمال هو الموقف التنافسي لها في المجال الذي تعمل به[١].

---

(1) نبيل مرسي خليل، **الميزة التنافسية في مجال الأعمال**، مركز الاسكندرية للكتاب، الاسكندرية، ١٩٩٨، ص ٧٩.

يتمحور تعريف الميزة التنافسية للمؤسسات حول قدرتها على تلبيـة رغبـات العمـلاء المختلفة، وذلك بتوفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع من خلالها النفاذ إلـى الأسـواق، كما يمكن اعتبار التنافسية على انها القدرةعلى إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيـدة والـسعر المناسب، وهذا يعني تلبية احتياجات العملاء بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الاخرى(١). ويمكن تعريفها أيضاً في قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تمكنها من الحـصول على مركز تنافسي أفضل مقارنة بمنافسيها الذين يعلمون في نفس النشاط(٢)، ويمكن ان تتحقـق الميزة التنافسية عندما تكون الشركة قادرة على أنجاز أنشطتها بكلفة اقل أو بفاعلية أفضل مـن المنافسين من خلال حسن استخدام المصادر، أو أن تستخدم براعتها وخبرتها في انجاز أنشطتها بشكل يحقق قيمة أكبر للزبون نسبةً إلى المنافسين(٣).

تشير المزايا التنافسية إلى خاصية معينة أو مجموعة خصائص تمتلكها المنظمة وتميزها عن غيرها من المنظمات بحيث تحقق لها موقفاً قوياً تجاه مختلـف الأطـراف، إذ أن التحـدي الحقيقي لأي منظمة ليست إنتاج أو تقديم المنتجات، بل القدرة على الاشباع المـستمر لحاجـات ورغبات الزبائن المتغيرة، فقد تنامى دور الزبون، وأصبح من الصعب فرض المنتجات عليـه، لذا فإن إيجاد مزايا تنافسية في المنتجات التي تقدمها المنظمة من شأنها تحقيق رضـا الزبـائن، وزيادة ولائهم، ومن ثم القدرة على بقاء واستمرار المنظمة في السوق.

عرفت المزايا التنافسية بكونها خاصية أو مجموعة خصائص تنفرد بها المنظمة وتمكنها من الاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبيا نتيجة صعوبة محاكاتها، وتحقق تلك الفترة المنفعة لها، وتمكنها من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من منتجات للزبائن(٤).

كما أنها تعني مجموعة من المهارات والتقنيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها، واستثمارها لإنتاج قيم ومنافع للزبائن أعلى مما يحققه المنافسون، وتأكيـد حالـة مـن التميز والاختلاف ما بين المنظمة ومنافسيها(٥).

---

(1) وديع محمد عدنان، **محددات القدرة التنافسية للاقطار العربية في الأسواق الدولية**، بحوث ومناقشات، تونس، ٢٠٠١.

(2) مصطفى محمود أبو بكر، **المـوارد البشريـة مـدخل لتحقيق الميزة التنافسية**، الـدار الجامعية، مصر، ٢٠٠٦.

(3) أحمد هاشم سليمان، "التحليل الاستراتيجي وانعكاساته على خيارات الأعمال والميزة التنافسية دراسة حال في الشركة العامة للصناعات الكهربائية"، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠٠٤.

(4) Macmillan, H . & Mahan, T., **Strategic Management**, Oxford University published, USA, 2001, p.81

(5) مسعود صديقي، ومحمد عجيلة، "أهمية الإبداع في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني، جامعة الإسراء، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن، ٢٠٠٧.

يمكن تعريف الميزة التنافسية على أنها قدرة المنظمة في تطبيق عمليـــات إنتـــاج غيـــر مطبقة لدى المنظمات المنافسة، وعندها لا تستطيع هذه المنظمـــات الحـــصول علـــى المـــوارد الضرورية لتقليد تلك العمليات[١].

كما يمكن تعريفها بأنها "العملية التي يكافح فيها كيان ما للتفوق على الآخر"، وهذا الكيان يمكن أن يكون شخصا، أو مؤسسة أو دولة، والهدف هو السعي للفوز، ولكي تكـــون المنظمـــة منافسة ينبغي عليها أن توفر عدة عوامل مثل: القدرة والرغبة في الفوز، والـــولاء أو الالتـــزام، وتوفير الموارد المحددة[٢]. ومنهم من يرى بأن الميزة التنافسية تعني قدرة المنظمة على مباشرة أعمالها بطريقة أو أكثر لكن بشكل يصعب على المنافسين مجاراته أو تقليده[٣].

ويعرفها آخرون بأنها الفائدة طويلة المدى الناتجة عن تنفيذ بعض الاستراتيجيات الفريدة التي تساهم في خلق القيمة، ولا يتم تنفيذها بشكل متزامن من قبل أي من المنافسين الحاليين أو المرتقبين، إضافة إلى عدم قدراتهم على تقليد الفوائد الناتجة عن هذه الاستراتيجية[٤].

من خلال ما سبق يمكن للباحث تعريف الميزة التنافسية في هذه الدراسة على أنها قدرة البنك على تقديم خدمات ومنتجات لعملائه الحاليين، والمحتملون تتميزعن مـــا تقدمـــه البنـــوك المنافسة في السوق، مما يجعله قادراعلى اكتساح السوق المصرفية من خلال السرعة في تقـــديم الخدمات المصرفية، والتحكم في تكاليفها، وأسعار بيعها، مع المحافظة على جودة هذه الخدمات المقدمة، الامر الذي سيؤدي إلى زيادة حصتها السوقية.

٢-٢-٢ أهمية الميزة التنافسية

يمثل اكتساب وتطوير الميزة التنافسية هدفا استراتيجيا تسعى البنوك لتحقيقه فـــي ظـــل التحديات التنافسية جراء تحرير الخدمات المصرفية، اذ ينظر للميزة التنافسية على أنهـــا قـــدرة البنك على تحقيق حاجات العميل المصرفي في الوقت والمكان المناسبين، وبالسعر المناسب، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من الخدمة، مثل الجودة العالية[٥]، وبالتـــالي فهـــي اســـتثمار

---

(1) عبد الستار العلي، **إدارة الإنتاج والعمليات– مدخل كمي**، ط١، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٠، ص٢٠.

(2) خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق، ١٩٩٨، ص ٨٠.

(3) Kotler, P., **Marketing Management: Analysis, Planning,Implementation and Control**, Millennium edition, Prentice-Hall, Inc., 2000.

(4) Hoffman, N. P., (2000), "An Examination of the 'Sustainable Competitive Advantage' Concept: Past, Present, and Future", Academy of Marketing , Science Review, 2009.

(5) سملالي يحضيه، "إدارة الجودة الشاملة مدخل لتطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، ٢٠٠٤، ص ١٧٦.

لمجموعة الاصول المالية والبشرية والتكنولوجيا بهدف: إنتاج قيمة للعملاء تلبـي احتياجـاتهم، التميز عن المنافسين، استراتيجيات القدرة التنافسية في البنوك.

يندرج تحت عنصر الميزة النافسية ثلاثة محاور رئيسية التكلفة، الجودة والسعر، حيـث يمكن للبنوك ان تكون لها ميزة تنافسية في احد تلك المحاور أو كلها أما هـن طريـق قـدرتها التداؤبية الإيجابية بتوافر إمكانيات تحقيق هذه الميزة (نقطة قوة موجودة فعلا لدى البنك) وامـا عن طريق قدرتها على الحصول على تلك الميزة (نقطة يمكن الحصول عليها)[١]. ومهما يكـن الامر فإن اختيار الاستراتيجية الملائمة في هذا المجال سيتوقف ليس على محور الميزة التنافسية فقط، ولكن على الهدف الاستراتيجي للبنك بالنسبة لنطاق السوق.

٢-٢-٣ العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية.

١- العوامل الخارجية: تتمثل في تغير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية، و التي قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم علـى التغيرات، على سبيل المثال يمكن القول بأن المنظمة التي استوردت التكنولوجيا الحديثـة، والمطلوبة في السوق أسرع من غيرها استطاعت خلق ميزة تنافسية عن طريق سـرعة رد فعلها على تغير التكنولوجيا واحتياجات السوق.

من هنا تظهر أهمية قدرة المنظمة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية، ويعتمد هـذا على مرونة المنظمة وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومـات وتوقـع التغيرات، ووجود نظام معلومات أصلاً.

٢- العوامل الداخلية: هي قدرة المنظمة على امتلاك موارد وبناء أو شـراء قـدرات لا تكـون متوفرة لدى المنافسين الآخرين، من بينها الابتكار والإبداع اللذين لهما دور كبير في خلـق ميزة تنافسية، ولا ينحصر الإبداع هنا في تطوير المنتج أو الخدمة، ولكنه يشمل الإبداع في الإستراتيجية والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة أو الإبداع في خلق فائـدة جديدة.

٢-٢-٤ تصنيف المزايا التنافسية

اختلف الباحثون الاقتصاديون في وجهة النظر بالنسبة لتصنيف المزايا التنافسية، فمـن خلال المراجعة، والتحليل للعديد من الأدبيات المنشورة في مجال الميزة التنافسية، لـم يظهـر

---

(1) خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق، ١٩٩٨، ص ٨٠.

وجود تصنيف واضح أو متفق عليه لتصنيف المزايا التنافسية؛ حيث ما زال هذا الأمر يخضع للاجتهادات الفردية دون أسس واضحة ما عدا بعض المحاولات التي لم تتكامل، وما زالت لم تحظ بالاتفاق عليها في الأدب الاستراتيجي، نذكر منها نموذجين:

١- النموذج الأول: يعتمد على الموارد كأساس للميزة التنافسية، حيث إن مدخل الموارد يرى المؤسسات كوحدات مختلفة بالقدرات والموجودات المادية الملموسة والغير الملموسة وبالموارد البشرية والمادية، إذ لا يوجد مؤسستان متشابهتان كلياً وذلك لسبب اختلاف الموارد والتجارب والمهارات المتاحة، والثقافات التنظيمية، وتتمثل الموارد وفقاً لهذا النموذج في جميع أصول المؤسسة بما فيها الإمكانيات والتجهيزات والممتلكات المادية والبشرية والكفاءات والقدرات وهي أصول ملموسة وتشمل أصول غير ملموسة تكمن في تقديم خدمات ما بعد البيع(١).

٢- النموذج الثاني: تصنيف المزايا على أساس القيمة التي تحققها للمشتري، والتي تتمثل في التميز أو الكلفة المنخفضة، وهذا التصنيف الذي جاء به (Portet)، وفي هذا التصنيف؛ فإن مصدر المزايا التنافسية أنشطة القيمة التي تعني (تصور النشاطات المطلوبة لخلق القيمة للمستهلكين؛ للمنتج أو خدمة معينة)، والروابط بينها، ولأجل إيجاد إطار شمولي متكامل(٢).

٢-٢-٥ مصادر الميزة التنافسية

يمكن لمنظمات الأعمال تحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية المتاحة، بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المنظمة، والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجياتها التنافسية. وفي هذا السياق أشار (Grant) إلى وجود مصدرين للميزة التنافسية هما المهارات والموارد الفريدة التي تتمتع بها المنظمة.

- المهارات الفريدة: تساعد المنظمة على اختيار الاستراتيجيات المنافسة وتطبيقها، والتي تمكنها من التمايز، والتفوق على منافسيها الرئيسين، وتشمل كل من المهارات الفنية الإدارية، والمهارات الوظيفية.

---

(1) سعد غالب ياسين، **الإدارة الدولية**، ط١، دار اليازوري العلمية، عمان، ١٩٩٩، ص٢٠٤.

(2) آمال عياري، ورجم نصيب، "الإستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية"، الملتقى الدولي، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ٢٩/٣٠ أكتوبر ٢٠٠٢، ص١٤.

- الموارد الفريدة للمنظمة: فهي تلك الموارد الملموسة التي تمتلكها المنظمة؛ مثل شبكات التوزيع، والطاقة الإنتاجية، والقوة التسويقية، والتكنولوجيا، والموارد الطبيعية.

وكان (Porter) قد سبقه في أن أشار إلى ثلاثة مصادر أساسية للميزة التنافسية، وهي الكلفة الأدنى، والتمايز، والتركيز، وتعد هذه المصادر الثلاثة المحاور الرئيسية التي استند إليها في تصميم استراتيجياتها التنافسية، إلا أن هذه المصادر يؤخذ عليها أنه من الصعب تطبيقها لدى جميع منظمات الأعمال، وذلك وفقا للظروف المحيطة بها، والعوامل التي تكون بيئتها الداخلية والخارجية.(١)

٢-٢-٦ استراتيجيات الميزة التنافسية

١- استراتيجية القيادة التكاليفية: يركز البنك من خلال هذه الاستراتيجية على ترشيد تكاليف الإنتاج والتسويق للخدمات، حتى يمكنها اكتساب ميزة تنافسية عن طريق تخفيض أسعار خدماتها عن أسعار خدمات البنوك المنافسة، وتستعين منظمات الخدمات ومنها البنوك بمنحنى تعلم يطلق عليه" منحنى الخبرة التكاليفية" وباتباع البنك هذه الاستراتيجية يجد المنافسين انفسهم مظطرين إلى خفض تكاليفهم على حساب مستوى الجودة لمجاراة البنك سعريا، ومن ثم يصبح البنك قائدا في مجال نشاطه بسبب تميزه تكاليفياً.

٢- استراتيجية التمايز: ضمن هذه الاستراتيجية يركز البنك جهوده على تقديم خدمات متميزة ذات قيمة اعلى للعملاء، تنعكس في سعر أعلى يكون العملاء راغبون ومستعدون لدفعه مقابل حصولهم على تلك الخدمة، ومعنى هذا أن تكون جودة الخدمة المصرفية المقدمة أعلى من تلك المقدمة من طرف المنافسين مع تعادل الأسعار، ويكمن تحقيق ذلك بالعديد من الطرق منها: تقديم خدمات مصرفية تكميلية جديدة غير ملموسة للمنافسين، جعل حصول العملاء على الخدمات المصرفية أكثر سهولة، والتطوير المستمر لجودة الخدمات المصرفية الحالية.

وعلى الرغم من فعالية هذه الاستراتيجة في المدى القصير، إلا أنها لا تضمن التمايز على المدى الطويل بفعل درجة التقليد المرتفعة في صناعات الخدمات، وخاصة الخدمات المصرفية، لذلك يتم الأخذ باستراتيجية الجودة الفنية، والتي تعتبر حجر الأساس لكل أنشطة البنك من أجل الحفاظ على جودة فنية متميزة للخدمة، ويعني أيضاً أن تصبح الميزة التنافسية

(1) Porter, M, **Competitive Advantage: Creating and Sustairing Susperior Perfomance**, The Free Press, New York, 1985, p 119.

معتمدة كلياً على الحل الفني المتميز الذي تحققه الخدمة للعملاء دون اعتبار للسعر من خلال أبعاد الجودة، حيث تم تحديد أربعة أبعاد للخدمة المصرفية[١]:

- البعد الفني للجودة المدركة: والذي يعني الجودة التي تحتويها الخدمات المقدمة والمدركة من طرف العملاء.
- البعد الوظيفي للجودة: المقصود به الكيفية التي تقدم بها الخدمة للعميل.
- بعد الطابع: وهي الصورة التي يتلقاها العملاء عن البنك ما يقدمه من خدمات.
- بعد العملاء الآخرين: يقصد به طريقة ونتيجة تقييم عملاء المنافسين لجودة الخدمة التي يقدمها البنك.

٣- استراتيجية القيادة السعرية: تتبع البنوك كبيرة الحجم هذه الاستراتيجية لكونها قادرة على تقيم خدمات اينما وجد لها عملاء محتملين، كما تكون تتوفر على مميزات غير متوفرة لدى منافسيها، الامر الذي يجعلها أكثر تأثيراً في مجال المنافسة من غيرها، بحيث تكون قادرة على تحديد اتجاهات ومستويات وأنماط الأسعار السائدة التي ينتظرها ويتبعها المنافسين.

كما أن هنالك استراتيجية حديثة أخرى تقوم على مبادىء ثلاثة رئيسية وهي الحركة السريعة والمرونة والقوة الفاعلة[٢].

المبدأ الأول: التحرك بسرعة في تطبيق افكار جديدة لتجنب المواجهة مع المنافسين وذلك عن طريق التحرك في تطبيق مزيج جديد يمكن البنك من تحديد منطقة المنافسة، وتطبيق ساسات سعرية يتعذر على المنافسين مواجهتها، بالإضافة إلى المرونة في مواجهة المؤثرات الخارجية، وعدم التعامل مع الحركة السريعة كبديل للرؤية طويلة الاجل.

المبدأ الثاني: المرونة، وتعني التعامل بخطة دقيقة، وفي الوقت المحدد مع متغيرات السوق المفاجئة التي تفرضها البنوك المنافسة.

المبدأ الثالث: يستحسن استغلال القوة الفاعلة عن طريق استخدام عناصر القوة في استراتيجية المنافسين.

---

(1) Gronroos, C., "Aservice quality model and its marketing implications", European Journal of Marketing Vol. 18, N° 4, London, 1984, PP.40-44.

(2) محمد سعيد المصري، **إدارة وتسويق الخدمات المصرفية**، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٢، ص ٢٠٧.

٢-٢-٧ أنواع الميزة التنافسية

هناك ثلاث أنواع رئيسية للمزايا التنافسية، ميزة التكلفة الأقـل، ميـزة التميـز، ميـزة اختصار الوقت. وسنتطرق إلى كل ميزة على حدى فيما يلي:

١- ميزة التكلفة الأقل: نقصد بها قدرة المنظمة على تصميم، تصنيع وتسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع منافسيها مما يمكنها من تحقيق أرباح كبيرة، فالتكلفـة المنخفـضة تهيـئ فرص البيع بأسعار تنافسية، لذلك يمكن وصف اي منظمة ما بأنها تحوز على ميزة التكلفـة الأقل إذا كانت تكاليفها المتراكمة المتعلقة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيراتهـا لـدى المنافسين، وحتى يمكن الحيازة على ميزة التكلفة الأقل، يتم الاستناد إلى مراقبـة عوامـل تطور التكاليف، حيث ان التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكـسب المنظمـة ميزة التكلفة الأقل(١).

٢- ميزة التميز: هو أن تتمكن المنظمة من تقديم منتجات، أو خدمات متميزة وفريدة من نوعها تلقى رضا المستهلك (جودة عالية، خدمات ما بعد البيع..) لذلك يصبح من الضروري على المنظمة فهم وتحليل مصادر التميز من خلال أنشطة سلسلة القيمـة، واسـتغلال الكفـاءات والمهارات والتقنيات التكنولوجية العالية، وانتهاج طرق توسع فعالـة، وسياسـات سـعرية وترويجية تمكننا من زيادة الحصة السوقية للمنظمة، حيث تتميز المنظمـة عـن منافـسيها عندما يكون بمقدورها امتلاك خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها. وتتطلب ميزة التميز من المنظمة تجنيد مواردها؛ حتى تتمكن من ممارسة أنشطتها المربحة بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين، فمثلاً يستوجب تقديم مساعدة تقنية للزبون توظيف مـستخدمين متخصـصين، ولإنتاج منتجات أكثر صلابة وقوة يتطلب ذلك مواد أولية ذات جودة عالية وسعر مرتفـع. وتختلف تكلفة التميز من منظمة لأخرى؛ ويعزى ذلك إلى أن موقع المنظمات تجاه عوامـل تطور التكاليف مختلف، وعليه ضرورة الرفع من درجة التميز بالاعتماد على تنسيق أحسن بين الأنشطة(٢).

ولكي تستطيع المنظمة ان تفرض سعرها على المستهلكين، وأن تزيد مـن عـدد وحـداتها المباعة، وتنمية نوع من ولاء المستهلك لعلامتها التجارية عليها اتباع وسيلتين هامتين لزيادة تميزها عن غيرها من المنظمات هما: محاولة المنظمة في تخفـيض درجـة المخـاطرة،

---

(1) يحضه، "التسيير الاستراتيجي لرأس المال الفكري والميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية"، مرجع سابق، ٢٠٠٤، ص ٩٧-١١٤.

(2) أحمد الخروبي، "الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجمعية العلمية لنادي الدراسات الاقتصادية، جامعة وهران، ٢٠٠٨، ص ٢٣.

والتكلفة التي يتحملها المستهلك عند شرائه للسلعة، وكذلك محاولة المنظمة خلق مزايا فريدة في أداء المنتج عن تلك التي توجد في منتجات المنافسين وبصورة واضحة ومحددة[١].

٣- ميزة اختصار الوقت: هي تحقيق ميزة تنافسية على أساس تخفيض عنصر الزمن لصالح الزبون، وذلك من خلال تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق، وكذلك تخفيض زمن دورة التصنيع المنتجات، وبالتالي تخفيض كل من تكاليف التخزين وتكاليف الإنتاج، ومدة تسليم الطلبية للزبون، وزمن التحويل أو تغير العمليات الإنتاجية (مرونة التصنيع)، مع مراعاة الالتزام بجداول زمنية محددة في التعامل مع الزبائن[٢].

٢-٢-٨ معايير الحكم على الميزة التنافسية

١- مصدر الميزة التنافسية: يتم التمييز بين نوعين من المزايا وفقاً لهذا المعيار: مزايا تنافسية منخفضة تعتمد على التكلفة الأقل لقوة العمل والمواد الخام، وهي سهلة التقليد نسبياً من قبل المنافسين، ومزايا تنافسية مرتفعة تستند إلى تميز المنتج أو الخدمة، السمعة الطيبة أو العلامة التجارية، العلاقات الوطيدة بالعملاء، وتتطلب هذه المزايا توافر مهارات وقدرات عالية المستوى مثل تدريب العمال[٣].

٢- عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة: إنّ اعتماد المؤسسة على ميزة تنافسية واحدة يعرضها إلى خطر سهولة تقليدها من قبل المنافسين، لذا يستحسن تعدد مصادر الميزة التنافسية لكي تصعب على المنافسين تقليدها[٤].

٣- درجة التحسين، التطوير والتجديد المستمر في الميزة: تقوم المؤسسات بخلق مزايا جديدة وبشكل أسرع لتفادي قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة ميزتها التنافسية الحالية، لذا تتجه لخلق مزايا تنافسية من المرتبة المرتفعة، كما يجب على المؤسسة أن تقوم بتقييم مستمر لأداء ميزتها التنافسية ومدى سدادها بالاستناد على المعايير السائدة في القطاع، كما يمكنها إثراء هذه المعايير بهدف التقييم الصائب لها ومعرفة مدى نجاعتها، وبالتالي اتخاذ

---

(1) عبد العزيز حبتور، **الإدارة الاستراتيجية: إدارة جديدة في عالم متغير**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤، ص٢٢٩.

(2) يحضه، "التسيير الاستراتيجي لرأس المال الفكري والميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية"، مرجع سابق، ٢٠٠٤، ص ٩٧-١١٤.

(3) علي السلمي، **إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية**، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، ٢٠٠١، ص١٠٤.

(4) خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق، ١٩٩٨، ص ٨٠.

القرار في الاحتفاظ بها أو التخلي عنها، في حالة أنها لا تحقق هدفي التفوق على المنـافس والوفورات الإقتصادية[١].

٢-٢-٩ المحافظة على الميزة التنافسية

إن استدامة الميزة التنافسية ليست بالأمر السهل، ولا سيما في بيئة الأعمال الحالية التي تتميز بالتغير السريع والتنافس الشديد، الأمر الذي يجعل المنافسين قادرين علـى تقليـد الميـزة التنافسية، كما أن الميزة التنافسية يمكن أن تتبدل مع مرور الزمن، حيث أنـه إذا مـا اسـتطاع المنافسون الحصول على الميزة التنافسية نفسها، التي تتمتع بها المنظمة، فإنها تتحول من ميـزة تنافسية إلى ضرورة تنافسية يجب أن تتوفر في جميع المنظمات التي ترغب فـي البقـاء فـي السوق، وعليه فإن على المنظمة الاستمرار في المحاولة للحفاظ علـى ميزاتهـا التنافـسية، أو البحث الدؤوب عن مصادر جديدة للميزة التنافسية؛ لتتمكن من المحافظة علـى مركزهـا فـي السوق[٢]. حيث يتحقق للميزة التنافسية سمة الاستمرارية إذا أمكن للشركة المحافظة علـى ميـزة التكلفة الأقل، أو تميز المنتج، أو الخدمة في مواجهة الشركات المنافسة، وبشكل عام، كلما كانت الميزة التنافسية أكبر تطلبت جهودا أكبر من الشركات المنافسة للتغلب عليها، أو تحييد أثرها[٣]، ومن أهم الأمور التي يمكن للمنظمة أن تحقق بها ميزة تنافسية هو عن طريق مواردها البـشرية حيث أن الميزة التنافسية التي تحصل عليها أو تتميز بها المنظمة مقارنة مع منافسيها كونها أكثر كفاءة وفاعلية وقدرة على استخدام مواردها المختلفة لتحقيق أعلى معدل من العائـدات الماليـة والبشرية والتسويقية والإنتاجية[٤]. وهناك مجموعة من الأسس العامة لبنـاء الميـزة التنافـسية تظهر كما في الشكل التالي:[٥]

---

(1) عمار بو شناف، **الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية: مصادرها، تنميتها وتطويرها**، جامعة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ٢٠٠٠، ص١٦.

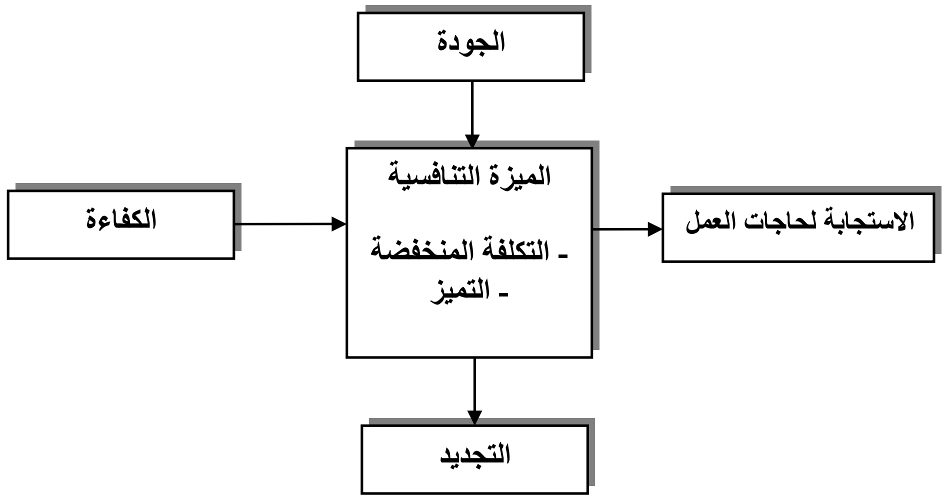
(2) القرعان، "أثر مرونة التصنيع على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركات صناعة الأثاث العاملة في ميدنة الملك عبد الله الثاني الصناعية- سحاب"، مرجع سابق، ٢٠٠٦، ص ٤٧.

(3) خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق، ١٩٩٨، ص ٨٠.

(4) Guest, D., "Human Resource Management And Industrial Relations", Journal of Management Studies, Vol. 24, No. 5, 1987, Pp.503.

(5) الاجتماع الرابع عشر للشبكة العربية لإدارة وتنمية الموارد البشرية، مسقط- عُمان، ١٦-١٨/١٢/٢٠٠٦، نوفمبر ٢٠٠٦.

الشكل رقم (١) الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية



المصدر: الاجتماع الرابع عشر للشبكة العربية لإدارة وتنمية الموارد البشرية، مسقط- عُمان، نوفمبر ٢٠٠٦.

تتمثل مصادر الميزة التنافسية في مجال المورد البشري في توافر القدرات، والمهارات والإمكانيات المميزة، ومن أهم التحديات الأساسية بالنسبة للمؤسسة تتمثل في استنباط الوسائل التي تستطيع من خلالها المنظمة زيادة إنتاجية عنصر العمل ليحقق ميزة التكلفة المنخفضة بالاستناد إلى الأسس الأربعة السابقة، كما يمكن أن يساهم المورد البشري في تحقيق التميز من خلال تدعيم دوره كشريك استراتيجي، وأن يصبح المورد البشري ذات خبرة عالية في طرق تنظيم العمل وتنفيذه بما يؤدي إلى تخفيض التكلفة وزيادة الجودة. أضف إلى ذلك بأن المفتاح الأساسي للحصول على الميزة التنافسية هوالسلوك التنظيمي، والتأكد من قدرة المنظمة على إحداث التغيير [١].

ومن العوامل التي تساعد المنظمات في الحفاظ على الميزة التنافسية[٢]:

---

1 مصطفى محمود، **مدخل لتحقيق الميزة التنافسية**، دار النرجس التجارية، جامعة الملك عبد العزيز، الرياض، ٢٠٠٠.

(2) فادي محمود بدر، "دور نظم المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، دراسة في قطاع الصناعات الدوائية الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، إربد، ٢٠٠٣، ص ٢٩-٣٠.

١- تقديم منتجات جديدة، أو تطوير المنتجات الحالية، عن طرق إضافة خصائص ومواصفات متطورة للمنتج، أو تغيير الأساليب الإنتاجية والتسويقية المستخدمة وتحسينها، أو إيجاد طرق جديدة للوصول إلى مجموعات جديدة من المستهلكين.

٢- تتبع العديد من الشركات في سبيل الحصول على ميزة تنافسية إحداث تغييرات جذرية؛ لتخفيض التكاليف الناجمة عن العمالة، والمواد الخام، والطاقة، ووسائل النقل، وقنوات التوزيع، والاتصالات، والدعاية والإعلان، أو الآلات وغيرها.

٣- إدراك سبل جديدة لتلمس احتياجات الزبائن المتجددة أو اكتشافها، ويعد هذا التصرف حصيلة الإبداع، والذي يشمل بشكل واسع كل التحسينات والتطويرات التكنولوجية وتقديم أساليب أفضل لأداء الأعمال.

٤- إذا كانت الميزة التنافسية تتطلب استثمارا ضخما في رأس المال بالنسبة للمنافسين، مما يؤدي إلى صعوبة التقليد في هذه الحالة.

٥- إذا كانت الميزة التنافسية مستندة على تكنولوجيا متطورة، ومحمية من التغيير ببراءات الاختراع في مجالات متعددة مثل: تصميم المنتج، طرق التسويق، الإنتاج أو التسليم، والخدمات المقدمة للزبون.

٢-٢-١٠ أبعاد الميزة التنافسية

إن من أهم الركائز التي ترتكز عليها مؤسسات الأعمال، والذي يعتبر حجر الزاوية لضمان بقاؤها في سوق المنافسة وديمومة عملها هو الزبون، فمؤسسات الأعمال دون زبائن لا يكون لوجودها اي داعي أو مبرر، وذلك لعدم وجود أعمال تقوم بها، أو اية نشاطات تؤديها، والتي هي انشات من أجلها، من هنا يترتب عليها لضمان بقائها في السوق أن تعمل على التعرف على حاجات زبائنها، وان تعمل على تلبيتها، ذلك من اجل ان تكون هذه المؤسسة قادرة على بناء علاقة ولاء وديمومة مع هذا الزبون، وأن تضمن عدم تحوله لمنافسين آخرين(١). ويكون ذلك من خلال قيام المنظمة بالاهتمام بحاجات الزبائن ورغباتهم وتحويل هذه الحاجات إلى مجالات مستهدفة تسمى أبعاد تنافسية، وهي الأبعاد التي تختارها المنظمة، وتركز عليها عند تقديم منتجاتها وخدماتها، وتلبية الطلبات في السوق ومن خلالها تحقيق المنظمة ميزة تنافسية.

---

(1) جريس زعرور، "أثر جودة وأسعار الخدمات المقدمة من المصارف على رضى عملائها من القطاع الصناعي في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، ٢٠٠٣.

تناول الكثير من الباحثين في دراساتهم أبعاد الميزة التنافسية أمثال (Kotler 1997)، (Mintazberge, 1996)، (Davis, et.al, 2003)،(Slack, et.al, 2004)، (Krajewsky & Ritzman, 2005)،(Stevenson, 2007)، (العزاوي، ٢٠٠٦)،(Evans and Collier, 2007)،(Macmillan, 2000)،(عنبر، وآخرون، ٢٠١٠) و(اللامي، ٢٠٠٨). ونظراً لأهمية هذهِ الأبعاد في تحقيق ميزة تنافسية، وارتباطها بعمليات البنوك، فقد تم اعتماد بعضها كأبعاد فرعية للمتغير التابع في هذه الدراسة والمُتمثل بالميزة التنافسية. حيث أن هناك قدراً كبيراً من الاتفاق على أبعاد المزايا التنافسية على الرغم من وجود عدد من الاختلافات في تسميتها، إلا أنها تتدرج نحو المفهوم نفسه. والجدول أدناه يبين تلك الأبعاد من وجهة نظر بعض الباحثين.

الجدول رقم (٢)
أبعاد المزايا التنافسية

الباحث	الأبعاد
عنبر واخرون،٢٠١١	السعر، خدمات جديدة، تحسين الجودة، السرعة في تقديم الخدمة، الحصة السوقية.
اللامي،٢٠٠٨	الكلفة، الجودة، المرونة، سرعة التطوير.
Evans and Collier,2007	التكلفة، الجودة، المرونة، السرعة ، الإبداع.
طلافحة،٢٠٠٧	السعر، تقديم خدمات جديدة، تحسين الجودة، السرعة في تقديم الخدمة، الحصة السوقية.
Krajewsky and Ritzman, 2005	التكلفة، الجودة، المرونة، وقت التسليم.
Slack,*et.al*,2004	الجودة، التصميم، المرونة، وقت التسليم
Herbst, 2001	التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع.
Macmillan, 2000	التكلفة، التميز، المرونة، الوقت، التكنولوجيا.
Kotler, 1997	المنتج الأفضل، الأقل سعر، الأحدث، الأسرع.
Mintazberge,1996	السعر، الجودة، الإسناد، السمعة، التصميم.

يتبين من الجدول (٢) أن هناك نوعا من الاختلاف والتباين بين الباحثين في عدد وتسمية أبعاد المزايا التنافسية، لذلك فإن الدراسة الحالية ستعتمد على بعد السعر، والتكلفة، والجودة والسرعة في تقديم الخدمة، والحصة السوقية، لوجود شبه اتفاق بين الباحثين حول هذه الأبعاد، وفيما يأتي شرح لكل بعد منها:

التكلفة: يُعدّ بعد من الركائز الأساسية في نجاح الشركة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام الشركات المُنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لمنتجات الشركة في السوق، وان عدم اهتمام الشركة بتخفيض كلفها قد يكون السبب وراء تدهورها وانسحابها من منتجات وأسواق قائمة. من جهة اخرى يُسهم تخفيض سعر المنتجات في زيادة الطلب عليها، فضلاً عن انه قد يخفض من هامش الربح إذا لم تنتج

الشركة منتجاتها بتكاليف منخفضة[١]. كما يمكن للشركة تخفيض التكاليف من خلال الاستخدام الكفء للطاقة الإنتاجية المُتاحة لها فضلاً عن التحسين المُستمر لجودة المنتجات والإبداع في تصميم المنتجات وتقانة العمليات، إذ يُعد ذلك أساس مهم لخفض التكاليف فضلاً عن مساعدة المدراء في دعم وإسناد إستراتجية الشركة لتكون قائدة في مجال الكلفة[٢]. حيث تعتبرالكلفة الأقل هي الهدف العملياتي الرئيسي للشركات التي تتنافس من خلال الكلفة وحتى الشركات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير الكلفة فإنها تسعى لتحقيق كلف منخفضة للمنتجات التي تقوم بإنتاجها[٣].

السعر: تعتبر أسعار المنتجات أو الخدمات الأداءة الفعالة في تحقيق أهداف المنظمة، إذ من خلال السعر تستطيع المنظمة تقسيم السوق، وتحيد حجم الطلب، ومن خلال السعر تستطيع المنظمة تحقيق العوائد والأرباح[٤]. والسعر ما هو إلا القيمة التبادلية للسعلة، أو الخدمة معبراً عنها بصورة نقدية، وهو يمثل قيمة المنتج أو الخدمة، ويربطون بين القيمة والمنفعة؛ فالمنفعة تخلق القيمة، والقيمة تقاس من خلال السعر[٥].

كما يعتبر السعرالعنصر الأكثر فاعلية وديناميكية وأهمية بالنسبة لبقية عناصر المزيج السلعي أو الخدمي على حد سواء، كما تعتبر قرارت التسعير من القرارت المهمة في صياغة الاستيراتيجية التسويقية للمصارف، فعلى ضوئها تتحدد العلاقة بين البنك والعميل، ويتطلب ذلك الاخذ بالحسبان العديد من العوامل مثل دورة حياة الخدمة المصرفية، متطلبات محفظة الخدمات المصرفية ككل بالإضافة إلى الأهداف البيعية وحصة البنك في السوق وتكاليف تقديم هذه الخدمات، والتي يمكن النظر اليها كأحد القيود الدنيا على حرية البنك في تحديد الأسعار، وبالتالي فهي لاتمثل المحدد الأساسي والوحيد للسعر، ولذلك فإن الإجراءات والطرق التي يتبناها المصرف لتسعير خدماته المصرفية ينبغي ان تعتمد على ظروف السوق والمنافسة بالإضافة إلى عنصر التكلفة[٦].

---

(1) Krajewski, Lee J.and Ritzman, Larry P., **Operations Management,** 7th ed, Prentice Hall, New Jersey, 2005.

(2) Evans, and Collier, **Operation Management an Integrated Goods and services, Approach**, Thomson, South, Western, U.S.A International, student edition, www.swlearing.com, 2007.

(3) Slack, Nigel, Chambers, Stuart, Harland, Christine, Harrston, Alan, and Johnston, Robert, **Operations Management**, 4nd ed., Prentice Hall, New York, 2004.

(4) علي الجياشي، **التسعير مدخل تسويقي،** مكتبة الراتب العلمية، عمان، ٢٠٠٢، ص٢-٣.

(5) نجم عبود نجم، **إدارة العمليات: النظم والأساليب والاتجاهات الحديثة،** ج١، مركز البحوث، الرياض، ٢٠٠١، ص ٣٢.

(6) الظفيري، "دور نظم المعلومات الحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨.

الجودة: تعد الجودة من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات وخدمات تتلاءم مع احتياجات الزبائن(١). حيث يعتبربعد الجودة إحدى الركائز الأساسية التي تستطيع أن تضمن ولاء الزبائن، وتزيد من حجم استهلاكهم للسلعة أو الخدمة، وتعرف المواصفات الدولية الجودة بأنها "مجموعة مميزات وخصائص السلعة أو الخدمة، والتي تعطي القدرة على تلبية رغبات الزبائن الضمنية والمبينة"، كما تعني إرضاء المنتج أو الخدمة لتوقعات الزبائن، أو الحصول على منتج يستحق ما تم الدفع لقاءه.

حديثاً تغير مفهوم الجودة بعد تطور علم الإدارة، وظهور الإنتاج الكبير، والثورة الصناعية، وظهور الشركات الكبرى، وازدياد المنافسة؛ إذ أصبح لمفهوم الجودة أبعاد جديدة. فقد عرفت الجودة بأنها "حالة ديناميكية ترتبط بالمنتجات المادية والخدمات، وبالأفراد والعمليات والبيئة المحيطة؛ حيث تتطابق هذه الحالة مع التوقعات". كما عرف البعض الجودة بأنها مجموعة من المزايا والخصائص بالمنتج أو الخدمة التي تساهم في إشباع رغبات المستهلكين وتتضمن، السعر، والأمان، والتوفير، والموثوقية الاعتمادية، وقابلية الاستعمال". كما انها تعني نظرة الأفراد المختلفة أو النظرة المختلفة للشركة مقابل التوقعات المختلفة للأفراد، حيث إن خصائص المنتج ستقابل رضا الزبون، على سبيل المثال يجب أن تكون المنتجات (السلع أو الخدمات) ذات موثوقية وذات كفاءة وفاعلية كي تقابل الحاجات التي يطلبها الزبون(٢). لذلك يُعدّ بُعد الجودة من ركائز نجاح الشركة في عالم الأعمال من خلال تقديم منتجات وخدمات بمواصفات تُحقق أو تفوق متطلبات الزبائن لإرضائهم ومن ثم إسعادهم وهذا يُسهم في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة.

السرعة في تقديم الخدمة: يعد الوقت من المصادر الأساسية لتحقيق ميزة تنافسية للشركة، فالزبائن يرغبون بالاستجابة السريعة لطلباتهم، فضلاً عن فترات انتظار قصيرة، وإن العديد من الشركات تعرف اليوم كيف تستخدم الوقت كسلاح تنافسي من خلال تسليم المنتجات وتقديم الخدمات إلى الزبائن بشكل أسرع وأفضل(٣). حيث أدى تزايد أهمية الوقت للزبون إلى زيادة المنافسة بين المنظمات على أساس الوقت والتي غايتها السرعة في تقديم منتجات وخدمات جديدة وسرعة الدخول في الأسواق(٤). لذلك سارعت العديد من المنظمات إلى تطوير عملياتها بسرعة كرد فعل تلقائي لطلبات الزبائن والاستجابة لهم باسرع وقت ممكن،

---

(1) Slack, etal., Operations Management, op.cit., 2004.

(2) Atem, Tongwa Ivo and Yella, Gilbert Ncheh, **Continuous Quality Improvement: Implementation and sustainability**, 2007, p 33.

(3) Evans and Collier, Operation Management an Integrated Goods and services, Approach, op.cit., 2007.

(4) غسان قاسم اللامي، **تقنيات ونظم معاصرة في إدارة العمليات**، ط١، دار الثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٨.

حيث يعد زمن تقديم الخدمة عاملاً هاماً يحدد مستوى جودة الخدمة، وما يرتبط بهـا مـن تكاليف؛ إذ يمكن للمنظمة عن طريق قياس زمن دخول الزبون الذي يطلـب الخدمـة إلـى الانتهاء من خدمته حساب تكلفة هذه العملية، ويمكن التعرف على الأخطاء المرتبطة بها.

الحصة السوقية: يعتبر هدف البقاء او الاستمرار وزيادة الحصة السوقية الهدف الاول في كـل المصارف، حتى لو تحملت بعض الخسائر على المدى القصير في سبيل تحقيق هذا الهدف. وبشكل عام يستخدم مقياس الحصة السوقية للتمييز بين الرابحين والخاسرين فـي الـسوق، حيث أن هذا المقياس يستخدم لقياس نصيب المنظمة من المبيعات فـي الـسوق ومقارنتـه بالمنافسين(١). فمن وجهة نظر الاقتصاديين فإن السوق هو "الإطار الذي تعمل فيـه القـوى المحددة للأسعار؛ أي أنه العلاقة بين العرض والطلب". وقد عرفه Stanton بأنه "مجموعـة من الأفراد المعلومين الذين لديهم حاجات معينة، وقدرة شرائية معلومة، وسـلوك شـرائي معلوم". وعرفه Kotler بأنه "جميع المستهلكين المحتملين الذي يتـشابهون فـي حاجـاتهم ورغباتهم والذين لديهم المقدرة والرغبة في القيام بعملية التبادل من أجل إشـباع حاجـاتهم ورغباتهم(٢).

وعند تحليل الحصة السوقية يجب الحذر من أمرين هامين(٣): أن يتم التحليل بالاعتماد على القيم وليست الكميات، فبعض المنظمات ترفع من أسعار خدماتها ومنتجاتها؛ ممـا يعطـي زيادة في الحصة السوقية، والأمر الثاني أن يتم الاعتماد على التـشكيلة الـسلعية؛ لتفـادي المؤشرات غير السليمة، فقد تعطي بعض السلع مؤشرات عالية، بينما بعض السلع تعطـي مؤشرات متدنية.

---

(1) Day, George S. and Wensley, R., "Assessing Advantage, A. F. arm Work of Diagnosing Superiorit", Journal of Marketing, ED, 25 April, 1988, p 21.

(2) محمد الصيرفي، **مبادئ التسويق**، ط١، مؤسسة حورس الدولية، الاسكندرية، ٢٠٠٥، ص٢٣١-٢٣٢.

(3) المرجع ذاته، ص٢٧٠.

الدراسات السابقة

٢-٣-١ الدراسات العربية

١- دراسة (شلاش وآخرون، ٢٠١١)، بعنوان: "أثر استخدام التسويق الإلكتروني في تحقيق ميزة تنافسية لشركات الدواء الأردنية"(١).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى استخدام التسويق الإلكتروني، وأثره في تحقيق ميزة تنافسية في شركات الدواء الأردنية، حيث تضمن مجتمع الدراسة جميع مديري الوحدات الوظيفية في شركات الدواء الأردنية البالغة (١٤) شركة.

استخدم الباحثون أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة، حيث تم توزيع استبانة الدراسة على جميع المديرين والبالغ عددهم (٦٩) مديراً ومديرة. كان من أهم نتائج هذه الدراسة وجود توجه من قبل شركات صناعة الدواء الأردنية نحو استخدام الإنترنت في التسويق من اجل متابعة متطلبات المشترين ومعرفة آرائهم، فضلاً عن القدرات التنافسية لشركات الدواء التي مكنتها من تحقيق ميزة تنافسية في اتجاه تنمية حصتها السوقية، وتقديم منتجات بأسعار منافسة وخدمات بسرعة مميزة.

٢- دراسة (عدوس، ٢٠١٠)، بعنوان: "العوامل المؤثرة في تقبل العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الأردنية، من وجهة نظر العملاء"(٢).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في تقبل العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الأردنية، حيث شملت الدراسة عددا من العوامل: (جودة الخدمة، ودرجة المخاطرة، وصعوبة الاستخدام، والتكلفة) بالإضافة إلى التعرف على أثر العوامل الديموغرافية (العمر، الدخل، المستوى التعليمي)، وقد تكونت عينة الدراسة من (٥٠٠) عميل، لخمسة بنوك تجارية أردنية (العربي، الاسكان، القاهرة-عمان، الاسلامي الأردني، الأردن) تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وقد صمم الباحث لهذا الغرض استبانه كأداة لهذه الدراسة، وبعد التأكد من صدق وثبات الأداة، تم استخراج النتائج باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، لاختبار الفرضيات، وتم التوصل إلى أنه يوجد أثر لكل من (جودة الخدمة،

---

(1) شلاش وآخرون، "أثر استخدام التسويق الإلكتروني في تحقيق ميزة تنافسية لشركات الدواء الأردنية"، دراسة ميدانية"، مرجع سابق،٢٠١١.

(2) ساهر محمد عدوس، "العوامل المؤثرة في تقبل العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الأردنية، من وجهة نظر العملاء"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠١٠.

درجة المخاطرة، التكلفة، صعوبة الاستخدام) على مستوى تقبل العمــلاء للخــدمات المــصرفية الإلكترونية. كما تبين وجود أثر للمتغيرات الديموغرافية (العمر، الدخل، والمــستوى التعليمــي) على مستوى تقبل العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية.

٣- دراسة (العمري، ٢٠٠٩)، بعنوان: "أثر نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على تكاليف الإنتاج في الشركات الصناعية الأردنية"[١].

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة توظيف نظم المعلومات المحاسبية فــي الــشركات الصناعية الأردنية، وما مستوى الرقابة على تكاليف الإنتاج في الشركات الــصناعية الأردنيــة، ولقد طبقت الدراسة على المحاسبين في الشركات الصناعية المسجلة في سوق عمــان المــالي، وبلغت عينة الدراسة ١١٩ وتم اختيارها عشوائيا. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي مــن خلال استعراض الأدب الإداري المتعلق بنظم المعلومات المحاسبية والرقابــة، ولقــد توصــلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: أن توظيف نظــم المعلومــات المحاســبية فــي الــشركات الصناعية الأردنية ذات مستوى مرتفع. وكذلك مستوى الرقابة علــى الإنتــاج فــي الــشركات الصناعية الأردنية مرتفعة، كما تبين ان لنظم المعلومات المحاسبية بأبعادهــا (فعاليــة النظــام المحاسبي، قياس تكاليف الإنتاج، ترشيد تكاليف الإنتاج، تحديد انحرافات تكاليف الإنتــاج) دور في الرقابة على تكاليف الإنتاج في الشركات الصناعية الأردنية.

٤- دراسة (طشطوش، ٢٠٠٨)، بعنوان: "دور قدرات نظم المعلومات في تعزيز استراتيجيات الميزة التنافسية في المنظمات الصناعية الأردنية"[٢].

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة لنظم المعلومات من خلال تحليــل قــدرات إدارة نظــم المعلومات في المنظمات الصناعية الأردنية والمتمثلة فــي (المــورد البــشري، البرمجيــات، المعدات)، ودراسة دورها في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية، والمتمثلة فــي (اســتراتيجية التمايز، استراتيجية قيادة التكاليف). حيث تكون مجتمع الدراسة من المنظمات الصناعية الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي السوق الأولى والبالغ عددها (٦٤) منظمة صناعية، تم اختيــار (٢٠) منظمة كعينة لهذه الدراسة، وتم اختيارها حسب المنظمات التي يزيد حجم موجوداتها عن ١٩ مليون دينار، باعتبارها منظمات كبيرة الحجم. حيث تم اســتخدام الاســتبانة كــأداة لهــذه الدراسة.

---

(1) العمري، "أثر نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على تكاليف الإنتاج في الشركات الصناعية الأردنية"، مرجع سابق، ٢٠٠٩.

(2) طشطوش، "دور قدرات نظم المعلومات في تعزيز استراتيجيات الميزة التنافسية في المنظمات الصناعية الأردنية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المورد البشري في استراتيجية التمايز وقوية في استراتيجية قيادة التكاليف، ووجود علاقة إيجابية متوسطة وذات دلالة إحصائية بين المعدات في كلا الاستراتيجيتين (استراتيجية التمايز واستراتيجية قيادة التكاليف)، ووجود علاقة إيجابية قوية وذات دلالة إحصائية بين البرمجيات في استراتيجية قيادة التكاليف ومتوسطة في استراتيجية التمايز، كما تبين ان المنظمات الصناعية تركز في أعمالها على استخدام استراتيجية قيادة التكاليف لتعزيز الميزة التنافسية لديها أكثر من استخدامها لاستراتيجية التمايز، وذلك بسبب انفتاحها على البيئة الخارجية، ولكن ضمن حدود معينة.

٥- دراسة (الظفيري، ٢٠٠٨)، بعنوان: "دور نظم المعلومات المحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية"(١).

تناولت هذه الدراسة الدور الذي تقوم فيه نظم المعلومات المحاسبية في عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية بالتحليل لبعض العوامل التي تحدد وتساهم في تعزيز هذا الدور، والوقوف على أهم التوجهات التي تتبناها البنوك التجارية الكويتية بالنسبة لنظم المعلومات المحاسبية المعمول بها في تسعير الخدمات المصرفية فيها.

توصلت الدراسة إلى نتائج هامة، من بينها: ان البنوك التجارية الكويتية تعتمد بشكل كبير على تطبيقات نظم المعلومات المحاسبية في تسعير خدماتها المصرفية، فضلا عن بيان ما يتوافر لديها من نظم معلومات محاسبية عالية الدقة لتحقيق تلك الغاية، ولغاية تحقيق قدرة تنافسية عالية لكل بنك منها، كما توصلت الدراسة إلى الأهمية الكبيرة لنظم المعلومات المحاسبية في إنجاح استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية، والتي تهدف إلى تحقيق أكبر عائد وأعلى ربحية على المدى القصير والطويل لدى البنوك التجارية الكويتية.

٦- دراسة (الشحادة، والعاصي، ٢٠٠٨)، بعنوان: "إطار متكامل لتقييم كفاءة نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسات المصرفية في ظل الازمة المالية العالمية"(٢).

هدفت هذه الدراسة إلى وضع إطار متكامل لتقييم كفاءة نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسات المصرفية في ظل الازمة المالية العالمية، ولتحقيق ذلك فقد اعتمد الباحثان منهجاً تحليلياً وصفياً قسما بموجبه الدراسة إلى قسمين: الإطار النظري: وتناول الباحثان من خلاله لكفاءة نظم المعلومات المحاسبية في المصارف، ومقومات هذه الكفاءة في محاولة لوضع معايير

---

(1) الظفيري، "دور نظم المعلومات المحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨.

(2) الشحادة والعاصي، "إطار متكامل لتقييم كفاءة نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسات المصرفية في ظل الازمة المالية العالمية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨.

تقييمية تمكن من الحكم على مدى كفاءة هذه النظم في هذا النوع من المؤسسات المالية. الاطـــار العملي : ونفذا من خلاله الدراسة الميدانية بتوزيع (٤٥) استبانه على فروع المصارف العاملــة في مدينة حلب.

وخلص الدراسة إلى نتائج أهمها:

- تتمتع نظم المعلومات المحاسبية بالقدرة الجزئية على تلبية واشباع حاجات متتبعــي نــشاط المؤسسات المصرفية من المعلومات.
- يوجد دور بارز لنظم المعلومات المحاسبية في تفعيل انشطة وفعاليات المنظمة المصرفية.
- تلعب نظم المعلومات المحاسبية دورا مهما في تحقيق المصرف لمزايا تنافسية.
- يوجد دور لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الرقابة والتحكم الإداري فــي المؤســسات المصرفية.
- يوجد دور لنظم المعلومات المحاسبية في تقليل المخــاطر والمــساهمة فــي إدارتهــا فــي المؤسسات المصرفية.

٧- دراسة (اسماعيل، ٢٠٠٨)، بعنوان: "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومــات فــي تحقيــق استراتيجيات الميزة التنافسية"[١].

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق اســتراتيجيات الميزة التنافسية، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع شركات صناعة الأدوية الأردنية المنتجة للأدوية البشرية التي تسوق منتجاتها إلى الأسواق المحلية والخارجيــة والبــالغ عــددها (١٤) شركة، وتم اختيار عينة قصدية شملت رؤساء أقسام نظــم المعلومــات، والإنتــاج، والمــوارد البشرية، والتسويق، والبحث والتطوير، والمالية، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتــائج كان أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية، وأن أفضل محور من محاور تكنولوجيا المعلومات لاســتخدامها فــي تحقيــق استراتيجيات الميزة التنافسية في شركات الدواء هي استخدام الشبكات، ويأتي في المرتبة الثانية استخدام قواعد البيانات، ويليها استخدام الأجهزة ثم البرمجيات، كما دلت نتائج الدراسة أن أفضل استراتيجية من استراتيجيات الميزة التنافسية هي استراتيجية قيادة التكلفة، يليها التمــايز، وفــي المرتبة الأخيرة جاءت استراتيجية التركيز.

(1) إسماعيل، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية"، دراسة ميدانية على شركات صناعة الدواء الأردنية"، مرجع سابق، ٢٠٠٨.

٨- دراسة (عبدالله، والقطناني، ٢٠٠٧) بعنوان: "البيئة المصرفية وأثرها على كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية، دراسة تحليلة على المصارف التجارية في الأردن"[(١)].

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الخصائص والمتغيرات والعوامل التي تشكل بمجموعها البيئة المصرفية وقاس مدى تأثيرها على مستوى كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية الأردنية.

بينت نتائج الدراسة وجود درجة تأثير عالية جدا لكل من: العوامل القانونية والتشريعات المهنية والعوامل الإدارية والتنظيمية والعوامل السلوكية والعوامل التقنية وتكنولوجيا المعلومات على مستوى كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية في الأردن،حيث بينت نتائج التحليل الإحصائي للبيانات المتعلقة بمجتمع الدراسة ان درجة كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية في الأردن تختلف باختلاف المستوى المبذول من قبل الإدارة المصرفية بهذه العوامل عند بناء وتصميم وتطوير نظم المعلومات المحاسبية.

٩- دراسة (طلافحة، ٢٠٠٧)، بعنوان: "أثر إدارة التغيير في تحقيق الميزة التنافسية لمجموعة الاتصالات الأردنية"[(٢)].

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر إدارة التغيير في تحقيق الميزة التنافسية لمجموعة الاتصالات الأردنية، وكانت أبعاد إدارة التغيير التي تناولتها الدراسة تتمثل في كل من: التغيير في الهيكل التنظيمي، والتغيير في الاستراتيجية، والتغيير في الثقافة، والتغيير التكنولوجي. أما أبعاد الميزة التنافسية التي تناولها البحث فكانت:السعر، وتقديم خدمات جيدة، وتحسين الجودة، والسرعة في تقديم الخدمة، والحصة السوقية.

أشارت النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية متوسطة بين إدارة التغيير وتقديم أسعار تنافسية، وتقديم خدمات جيدة، والحصة السوقية. وتبين وجود علاقة إيجابية قوية بين إدارة التغيير وتحسين الجودة. وتبين ان التغيير في الثقافة كان صاحب الأثر الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية.

---

(1) خالد امين عبدالله وخالد القطناني، "البيئة المصرفية وأثرها على كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية"، دراسة تحليلية على المصارف التجارية في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الأول، ٢٠٠٧.

(2) طلافحة، "أثرإدارة التغيير في تحقيق الميزة التنافسية لمجموعة الاتصالات الأردنية"، مرجع سابق، ٢٠٠٧.

١٠-دراسة (رحاحلة، وصيام ٢٠٠٦) بعنوان:"مدى ملائمة مخرجات النظم المحاسبية الآلية لمتطلبات متخذي القرارات في البنوك التجارية الاردنية"(١).

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اسهام نظم المعلومات المحاسبية الالية في تعزيز ملائمة مخرجات هذه النظم لمتطلبات متخذي القرارات في البنوك التجارية الاردنية من حيث توفير المعلومات التي تتسم بالخصائص الواجب توافرها، حتى يمكن الاعتمادعليها في ترشيد القرارات وعقلانيتها، ولتحقيق اهداف الدراسة تم تطوير استبانة وزعت على المديرين العامين ومديري الفروع ومديري الدوائر في البنوك التجارية الاردنية حيث تم توزيع ٩٠ استبانة اعتمد منها لغايات التحليل والدراسة ٨٢ استبانة. وقد بينت النتائج ان نظم المعلومات المحاسبية الالية تسهم في اخراج معلومات تفي بمتطلبات متخذي القرارات في البنوك التجارية الاردنية بتزويدهم بمخرجات تتصف بأنها اكثر قابلية للفهم حيث تعرض المعلومات بتسلسل منطقي وبصورة سلسة كما تجعلها ملائمة لمتخذي القرارات من خلال تقديمها في الوقت المناسب وبدرجة عالية من الصحة، وتجعلها اكثر مصداقية اذ تتسم بالصدق والموضوعية والحيادية وعدم التحيز واخيرا فان مخرجات نظم المعلومات المحاسبية الالية اكثر قابلية للمقارنة حيث ان هذه المخرجات تتسم بالاختصار وتشابه هيكلها من سنة الى اخرى ما يسهل عمليات المقارنة للمخرجات بشكل جيد ودقيق.

١١- دراسة (القرعان، ٢٠٠٦)، بعنوان: "أثر مرونة التصنيع على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركات صناعة الأثاث العاملة في مدينة الملك عبدالله الثاني الصناعية – سحاب"(٢).

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر مرونة التصنيع، والمتمثلة بمرونة الآلات، ومرونة العامل، ومرونة نظام منأولة المواد، ومرونة الحجم، ومرونة المزيج السلعي، ومرونة المنتج الجديد على الميزة التنافسية، والمتمثلة بجودة المنتج، والتكلفة، والتسليم، والاستجابة لحاجات الزبائن، والإبداع في شركات صناعة الاثاث العاملة في مدينة الملك عبدالله الثاني الصناعية – سحاب.

---

(٢) محمد رحاحلة ، وليد صيام ،"مدى ملائمة مخرجات النظم المحاسبية الالية لمتطلبات متخذي القرارات في البنوك التجارية الاردنية"، دراسات ، العلوم الادارية ،المجلد ٣٣ ،العدد ٢ ، ٢٠٠٦.

(2) القرعان، "أثر مرونة التصنيع على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركات صناعة الأثاث العاملة في مدينة الملك عبدالله الثاني الصناعية – سحاب"، مرجع سابق، الأردن، ٢٠٠٦.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

١- تحقيق الشركة المبحوثة مستوى متوسط من مرونة التصنيع، وكان أعلاها ممارسة مرونة العامل وبمستوى متوسط، وأدناها ممارسة مرونة المنتج الجديد وبمستوى متدني.

٢- تحقيق الشركة المبحوثة مستوى متوسط للميزات التنافسية، وكان أعلاها مستوى في مجال الإبداع وبمستوى متوسط، وأدناها في مجال التكلفة وبمستوى متدني.

٣- هنالك علاقات ارتباط إيجابية وقوية وذات دلالة إحصائية بين كل من أبعاد مرونة التصنيع وبين كل مؤشرات الميزة التنافسية.

١٢- دراسة (الصغير، ٢٠٠٥)، بعنوان: "دور نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على التسهيلات الائتمانية في المصارف التجارية الليبية"[١].

هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على التسهيلات الائتمانية في المصارف التجارية الليبية من خلال المعلومات المحاسبية التي توفرها نظم المعلومات المعمول بها، وذلك من خلال التعرف على خصائص المعلومات المحاسبية التي تنتجها النظم المحاسبية ومدى اعتماد قررات منح التسهيلات على المعلومات المحاسبية التي توفرها النظم المحاسبية المستخدمة في المصارف الليبية.

توصلت هذه الدراسة إلى نتائج من أهمها أن نظم المعلومات المحاسبية في المصارف الليبية تتصف بالكفاءة بصورة اجمالية والمعلومات التي تنتجها تتصف بخصائص نوعية تجعلها ملائمة لأغراض الرقابة غلى التسهيلات الائتمانية وذلك كونها حديثة وسهلة الفهم وتتميز بالموثوقية وتقدم في التوقيت المناسب،وبالتالي يعتمد عليها في اتخاذ قرارات منح التسهيلات كما أن المعلومات التي توفرها تستخدم في تحقيق الرقابة على التسهيلات.

١٣- دراسة (المخادمة، ٢٠٠٥)، بعنوان: " أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في اتخاذ القرارات الاستثمارية "دراسة تطبيقية على الشركات الأردنية"[٢].

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في اتخاذ القرارات الاستثمارية في ظل الأنظمة المحاسبية المحوسبة في الشركات الصناعية الاردنية، حيث تم

---

(1) الصغير، "دور نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على التسهيلات الائتمانية في المصارف التجارية الليبية"، مرجع سابق، ٢٠٠٥.

(٢) أحمد عبد الرحمن المخادمة، "أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في اتخاذ القرارات الاستثمارية، دراسة تطبيقية على الشركات الأردنية"، مجلة المنارة، المجلد ١٣،العدد ٢، الأردن، ٢٠٠٧.

اختبار خصائص المعلومات المحاسبية والمتمثلة في: التوقيت الملائم، القدرة على التنبؤ، التغذية العكسية، صدق التعبير، الحيادية، التثبت من المعلومة، المقارنة، البرمجيات المستخدمة في الشركات، لمعرفة اثرها في عملية اتخاذ القرارات الاستثمارية في تلك الشركات. وتكونت عينة الدراسة من (١٤٣) فردا لمعرفة تأثير العوامل السابقة في عملية اتخاذ القرارات الاستثمارية في الشركات الصناعية الأردنية.

توصلت الدراسة الى أنّ جميع خصائص المعلومات المحاسبية السابقة تؤثر في عملية اتخاذ القرارات الاستثمارية باستثناء خاصية الحيادية وخاصية المقارنة، إذ وجد أن جميع الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية تتوافر بشكل كبير في معلومات النظام المحاسبي المحوسب، وأن البرمجيات المستخدمة في الأنظمة المحاسبية المحوسبة تؤثر في اتخاذ القرارات الاستثمارية، كذلك إن السرعة التي وفرتها برمجيات الحاسوب أسهمت في جعل البيانات المحاسبية بيانات ذات طبيعة ملائمة لمتخذي القرارات بشكل عام، ولمتخذي القرارات الاستثمارية بشكل خاص، وقد خلصت الدراسة إلى عدة توصيات من شأنها تعزيز استخدام الأنظمة المحاسبية المحوسبة بشكل يؤدي إلى زيادة كفاءة اتخاذ القرارات الاستثمارية ونوعيتها.

١٤- دراسة (الشيشاني، ٢٠٠٤)، بعنوان: "أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في إكساب ميزة تنافسية: دراسة ميدانية على الشركة الأردنية للاتصالات الخلوية موبايلكم"[١].

اهتمت هذه الدراسة بمجموعة من المتغيرات وهي (اكتساب المنظمة لميزة تنافسية، تحسين أداء العاملين، رفع مستوى الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين المنافسة العربية) حيث تم اعداد استبانتين احدهما للقيادات الإدارية في الشركة والاخرى للعملاء المشتركين في الشركة .بعد إجراء التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها تبين ان هناك علاقة بين استخدام التكنولوجيا واكتساب المنظمة ميزة تنافسية، حيث أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين عند مستوى ثقة (٩٥%).

---

(1) الشيشاني، "أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في إكساب ميزة تنافسية: دراسة ميدانية على الشركة الأردنية للاتصالات الخلوية موبايلكم"، مرجع سابق، ٢٠٠٤.

١٥- دراسة (الصباغ، ٢٠٠١)، بعنوان: "تأثير تكنولوجيا المعلومات علــى تحقيــق الميــزة التنافسية في القطاع البنكي في الأردن"[١].

هدفت هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من الأسئلة وهي: هل تــؤثر تكنولوجيــا المعلومات على تحقيق ميزة تنافسية في القطاع المصرفي في الأردن؟ وإلــى أي مــدى كــان القطاع المصرفي في الأردن ناجحا في استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق ميــزة تنافــسية؟ وأيضاً: ما هي تكنولوجيا المعلومات التي يستخدمها القطاع المصرفي في الأردن؟

وقد أثبتت النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن القطاع المصرفي في الأردن هو قطاع متطور ويقدم معظم الخدمات والسلع التي تقدمها معظم البنوك الغربية المتطورة، كما أن هنــاك فجوات بين توقعات الزبائن والخدمة المدركة فعلياً. ولقد كانت أكبر فجوة في بعــد تكنولوجيــا المعلومات، ثم البعد المالي ثم جودة الخدمة. أخيراً كان لبعد تكنولوجيا المعلومات أكبــر تــأثير على تحقيق ميزة تنافسية، ثم جودة الخدمة ثم البعد المالي على التوالي.

١٦- دراسة (الحلو، ٢٠٠٠)، بعنوان: "أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك الأردنية من منظور القيادات المصرفية"[٢].

هدفت هذه الدراسة إلى اثبات ان البنوك التجارية في الأردن لــن تــستطيع الاســتمرار بالعمل أو التنافس اذا لم تستخدم تكنولوجيا الحاسب الآلي والاتصالات بفاعلية في أداء أعمالهــا المختلفة، كذلك سعت هذه الدراسة إلى تقديم صورة عن واقع أنظمــة المعلومــات والتــصالات المستخدمة في البنوك الأردنية من خلال استقصاء آراء مديري التخطيط الاستراتيجي ومــديري التسويق ومديري تكنولوجيا المعلومات في هذه البنوك. وقد خلصت هذه الدراسة إلــى النتــائج التالية:

- إن الاستثمار في تكنولوجيا الكمبيوتر والاتصالات يؤدي إلى خفض التكاليف.
- إن الاستثمار في تكنولوجيا الكمبيوتر والاتصالات يؤدي إلى زيادة أرباح البنوك وزيادة اقبال المودعين واعدادهم ورفع مستوى الخدمة المقدمة للزبائن، واضهارها بشكل لائق.

---

(1) زهير الصباغ، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع البنكي في الأردن"، مجلة البصائر، مجلد ٧، العدد ١، ٢٠٠١.

(2) برهان صباح الحلو،" أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك الأردنية من منظور القيادات المصرفية "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٢.

- لا تستطيع البنوك ان تستمر بعملها وتوفير الخدمات لعملائها دون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

١٧- دراسة (الزعبي، ١٩٩٩)، بعنوان: "أثر نظام المعلومات الاستراتيجي في بناء وتطوير المزايا التنافسية وتحقيق عوامل التفوق التنافسي: دراسة تطبيقية في المصارف الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي"(١).

هدفت الدراسة إلى تحليل مستوى مساهمة نظام المعلومات الاستراتيجي في تحقيق عوامل التفوق التنافسي (نمو الحصة السوقية، نمو القيمة السوقية للاسهم، نمو العائد على الاستثمار) عبر بناء وتطوير المزايا التنافسية (التميز، قيادة التكلفة، الإبداع، النمو، التحالفات) وذلك من خلال استقصاء آراء (٧٥) من المدراء العامين ونوابهم ومساعدوهم الذين يعملون في (١٤) مصرفا تجاريا. وتوصلت الدراسة إلى وجود تباين في اعتماد المصارف على مخرجات نظام المعلومات الاستراتيجي في تحقيق عوامل التفوق التنافسي عبر بناء وتطوير المزايا التنافسية، والى ان غالبية المصارف محل الدراسة كانت تحقق نموا في العائد على الاستثمار كعامل تفوق تنافسي وبنسب مختلفة وان اضعف المزايا التنافسية بناءا وتطويرا بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الاستراتيجي هي ميزة التحالفات بالرغم من أهميتها في تحقيق نمو الحصة السوقية للاسهم، واوصت الدراسة بضرورة تحديد اطار عام كمرشد للإدارات، وليكون دليلا ومساعدا لمنظمات الأعمال لمساعدتهم في كيفية مساهمة نظام المعلومات الاستراتيجي في بناء وتطوير المزايا التنافسية وتحقيق عوامل التفوق التنافسي بشكل فاعل.

١٨- دراسة (رمضان،١٩٩٩) بعنوان :"العوامل المؤثرة على نظم المعلومات المحاسبية في الشركات الصناعية الاردنية المساهمة العامة"(٢).

هدفت هذه الدراسة الى قياس اثر كل من العوامل البيئية والعوامل التنظيمية، وطرق صنع القرار على نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في الشركات الصناعية الاردنية المساهمة العامة. وقد توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

- ان هناك علاقة بين العوامل البيئية ونظم المعلومات المحاسبية، مع الاخذ بعين الاعتبار ان الشركات عينة الدراسة لا تأخذ هذه العوامل باهتمام كاف.

---

(1) حسن الزعبي، "أثر استخدام نظام المعلومات الاستراتيجي في بناء وتطوير المزايا التنافسية وتحقيق عوامل التفوق التنافسي: دراسة تطبيقية على المصارف الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، ١٩٩٩.

(١) عبد الهادي حامد رمضان ، " العوامل المؤثرة على نظم المعلومات المحاسبية في الشركات الصناعية الاردنية المساهمة العامة " رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الاردنية ، الاردن ، ١٩٩٩.

– لا توجد علاقة بين العوامل التنظيمية ونظم المعلومات المحاسبية، والسبب في ذلك عدم وعي الشركات عينة الدراسة بمدى مساهمة هذه العوامل في التأثير على خصائص نظم المعلومات المحاسبية.

– وجد انه كلما زاد تعقيد المهام زادت الحاجة الى اللامركزية،وفي ظل هذه الظروف سيصبح نظام المعلومات المحاسبي اكثر تعقيدا واكثر حساسية، ويؤدي الى التكامل في المعلومات التي يمنحها.

– ان هناك علاقة بين نماذج اتخاذ القرار ونظم المعلومات المحاسبية.

٢-٣-٢ الدراسات الأجنبية

١- دراسة (Chen & Tsou, 2007)، بعنوان: "تبني تكنولوجيا المعلومات لتطبيقات إبداع الخدمة والميزة التنافسية: دراسة حالة الشركات المالية"(١).

هدفت هذه الدراسة إلى توسيع الفهم حول الإبداع في تقديم الخدمة كمقدرة تنظيمية غاية في الأهمية من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات التي تؤثر على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات، ضمن سياق الشركات المالية، تختبر هذه الدراسة كم يتم تبني تكنولوجيا المعلومات، وكيف تستطيع الشركات من خلالها تحسين تطبيقات الإبداع على الخدمات، وكيف قد تؤثر على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات. أما الطريقة في هذه الدراسة فهي مسح تجريبي واستفتاءات أرسلت إلى (٥٥٨) شركة مالية في تايوان، أما التحليل فكان ما مجموعه (١٨٤)، الملاحظات المقبولة جمعت وحللت دون تحيز، والاستنتاجات كانت تقترح بأن تبني تكنولوجيا المعلومات لها التأثيرات الإيجابية على تطبيقات الإبداع على الخدمات، والتي تزيد الميزة التنافسية في الشركات.

٢- دراسة (Xu, 2001) بعنوان: " رؤية اصحاب المصالح لجودة المعلومات المحاسبية"(٢).

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على رؤى اصحاب المصانع في استراليا المهتمين بجودة بيانات نظم المعلومات المحاسبية،، وقد طبقت الدراسة على عينة من اصحاب هذه المصانع، حيث ركزت هذه الدراسة ايضا على تطوير اطار مفاهيمي يبين العلاقة بين اصحاب المصالح، وجودة بيانات نظم المعلومات المحاسبية، ولقد توصلت الدراسة الى ان مجموعة اصحاب المصالح لها اهتمامات مختلفة فيما يخص جودة بيانات ومعلومات نظم المعلومات

(1) J.S. Chen& H.T.Tsou ,"Information Technology Adoption For Service Innovation Practices And Competitive Advantage : The Case Of Financial Firms" , Information Research . Vol .12, No. 3, 2007.taiwan

(٢) Xu, hongjiang, Stakeholders perspectives of accounting information quality", www.unimelb.edu.au\ development.

المحاسبية، كما توصلت الى ان هنالك اهتمام متزايد بجودة المعلومات بعد التطـور التكنلـوجي الذي حصل بالنظم المحاسبية.

٣- دراسة (Chau, 2001)، بعنوان: "معوقات تبني أنظمة تبادل المعلومات الإلكترونيـة فـي المشاريع الصغيرة"(١).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المعوقات التي تمنع الشركات في تبنـي التجـارة الإلكترونية، وتحديدا أنظمة تبادل المعلومات الإلكترونية كأحد أهـم التطبيقـات فـي التجـارة الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى ان جميع المعوقـات لتبنـي نظـام تبـادل المعلومـات الإلكتروني تعود إلى درجة الجاهزية التنظيمية للشركة، وليس بتلك العوامل المرتبطة بالتكلفـة والمنافع أوعوامل البيئة الخارجية، فالشركات التي لا تتبنى أنظمة تبادل المعلومات تعتقد بأنها لا تمتلك المعرفة الكافية والمهارات المتعلقة بالتكنولوجيا، ولا تمتلك الدعم الفني الداخلي بالمستوى الذي يدعم استخدام هذه الأنظمة.

٤- دراسة (Morgan, Elieen & Severn, 2000)، بعنـوان: "الإبـداع المـصرفي: الأنظمـة والهياكل التنظيمية الجديدة في المصارف"(٢).

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار أثر البرامج المصرفية، والهياكل التنظيمية فـي البنـوك التجارية واعطاء وصف معقول للاسباب التي تدفعها في بعض الأحيان إلى إحـداث تغييـرات ضرورية في مجال الخدمات المصرفية التي تقدمها. وقد توصلت الدراسة إلى انه وللكشف عن الامور الأكثر أهمية من تلبية احتياجات السوق من الخدمات المصرفية فإن الباحثين اتخذوا على سبيل المثال حالة دراسية لبنك BarcIays الذي أصبحت تحكمه اسـتجابات حكوميـة بقـوانين منظمة. وأنه لا بد من ضبط التناغم بين القوانين والأنظمة الحكومية المفروضة واسـتراتيجيات البنك أو المصرف التجاري في تسويق خدماته المصرفية. وأن الحاجـة إلـى إعـادة صـياغة الأنظمة المتبعة في البنوك التجارية فيما يتعلق ببرامج توصيل الخدمات المـصرفية للعمـلاء، وذلك سعيا لتحقيق التوازن بين الكفاءة التشغيلية والفعالية التسويقية لتلك الخدمات، وهذا لا يمكن أن يتم بشكل متفوق دون اللجوء إلى أنظمة معلومات محاسبية متطورة تستطيع التغلـب علـى المعوقات ومواجهة التغيرات بشكل يحفظ لقطاع الخدمات المصرفية في البنك التجاري مكانتـه وأهدافه.

---

(1) Chau, P.Y., "Inhibitors to EDI Adoption in small Businesses : An Empirical Investigation", The Journal of electronic Commerce Research, Vol .2, 2001, PP13-17.

(2) Morgan, Rebort E., et al, "Innovation in Banking: New structures and systems", Science Direct Journal, Vol. 28, Issue 3, 2000.

٥- دراسة (Shore, 1996) بعنوان: "استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق ميزة تنافسية: دراسة للاتجاهات الحديثة والمستقبلية"(١).

تبحث هذه الدراسة في التوجه الواعي للمؤسسات نحو الأهمية الاستراتيجية لمشاريع أنظمة المعلومات بهدف تحقيق فوائد تنافسية . وقد تم وضع الإجراءات الممكن اتخاذها لاختبار هذه المشاريع وتطبيقها.

استخدمت هذه الدراسة الإجراءات التي طورها (Porter & Miller) كقاعدة لمسح ميداني شمل أربعاً وعشرين مؤسسة تستخدم أنظمة المعلومات، والتي من الممكن ان تطور وقفهم التنافسي. وقد خلصت الدراسة إلى ان التركيز الحالي هو على التسويق والمبيعات، بينما كان الميل نحو دفع التطبيقات الجديدة باتجاه عمليات الربط بين الوردين والمؤسسات ذات العلاقة.

١-٨-٣ ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

جاءت هذه الدراسة للتعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، حيث تميزت هذه الدراسة بانها تناولت القطاع المصرفي الذي يشهد في الوقت الحالي تنافس شديد على المستوى المحلي، والإقليمي بين البنوك، وذلك بسبب التطور التكنولوجي الذي أصبح ركيزة أساسية في تقديم الخدمات المصرفية، ودخول بنوك اجنبية منافسة تعمل في بيئة الاعمال الاردنية، بالاضافة الى الدور الهام والحيوي الذي يلعبه هذا القطاع في التنمية الاقتصادية، وتشجيع الاستقرار المالي في الأردن. وهذا الموضوع يعتبر من المواضيع الجديدة، والتي لم تتطرق اليه اي دراسة سابقة، فمعظم الدراسات السابقة ركزت على أثر تكنولوجيا المعلومات في اكتساب الميزة التنافسية، والتي اجريت على قطاعات مختلفة، ولم تتطرق إلى أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، كدراسة كل من: (اسماعيل،٢٠٠٨)، (Chen & Tsou, 2007)، (الشيشاني،٢٠٠٤)، (الصباغ،٢٠٠١)، (الحلو، ٢٠٠٠)، (Shore, 1996).

كما اختلفت عن الدراسة التي أجراها (عنبر، وآخرون، ٢٠١١)، والتي هدفت إلى التعرف على أثر استخدام التسويق الإلكتروني في تحقيق ميزة تنافسية، والدراسة التي قام فيها (القرعان، ٢٠٠٦) والتي درس فيها أثرمرونة التصنيع على الميزة التنافسية، حيث لم تتطرق هذه الدراسات إلى التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية (كمتغير مستقل) في

(1) Shore, Barry, "Using Information Technology To Achieve Competitive Advantage: Study Of Trends", Journal Of Computer Information Systems, Vol. 36 , No.4, 1996.

تحقيق ميزة تنافسية، كما تم تطبيق دراستهم على القطاع الصناعي بينما تم تطبيق هذه الدراسة على قطاع البنوك.

وأيضاً اختلفت عن دراسة (العمري،٢٠٠٩)، والتي هدف فيها إلى التعرف على اثرنظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على تكاليف الإنتاج، ودراسة (الظفيري،٢٠٠٨)، التي تطرقت إلى التعرف على دور نظم المعلومات المحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية، وكذلك دراسة (الصغير، ٢٠٠٥)، والتي هدفت إلى دراسة دور نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على التسهيلات الائتمانية، وليس على أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية.

كما اختلفت هذه الدراسة عن دراسة (طشطوش، ٢٠٠٨)، (الغويري، ٢٠٠٤)،(الزعبي، ١٩٩٩)، والتي بحثت في موضوع نظم المعلومات بشكل عام في بناء، تطوير وتحقيق، وتعزيز الميزة التنافسية من جانب إداري وليس محاسبي.

وأخيراً تميزت عن الدراسة التي أجراها (طلافحة، ٢٠٠٧) في قطاع الخدمات، والتي هدف فيها إلى التعرف على أثر إدارة التغيير في تحقيق الميزة التنافسية، والتي تم تطبيقها على مجموعة الاتصالات الأردنية.

الفصل الثالث

الطريقة والاجراءات

الفصل الثالث

الطريقة والاجراءات

٣-١ تمهيد

يتضمن هذا الجزء منهجية الدراسة، وطبيعتها، وطرق جمع البيانات، كما تم فيه تعريف مجتمع الدراسة ، وكذلك توضيح كيفية اختيار عينة الدراسة، بالإضافة إلى تحديد الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، ومقاييس التحليل التي استخدمت لقياس أبعاد الدراسة في الأداة المتبعة.

٣-٢ منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بأسلوبيه النظري والميداني، حيث قام الباحث باستخدام وسائل جمع البيانات الأولية من الادبيات المحاسبية، والإدارية المتعلقة بموضوع نظم المعلومات المحاسبية، وأثرها على الميزة التنافسية، إضافة إلى الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، كما قام الباحث باستخدام الأسلوب الميداني لجمع البيانات من المصادر الأولية، وذلك عن طريق تطوير استبانة تخدم أهداف الدراسة، تم توزيعها على أفراد مجتمع الدراسة.

٣-٢-١ أسلوب جمع البيانات

تم الحصول على البيانات الثانوية من خلال مراجعة الباحث للادبيات من كتب ودوريات ودراسات سابقة ذات علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، أما فيما يتعلق بجمع البيانات الأولية فقد قام الباحث بتطويراستبانة تم توزيعها على افراد عينة الدراسة، وذلك بغرض قياس متغيرات هذه الدراسة.

٣-٢-٢ مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع مدراء الإدارة العليا في البنوك التجارية الأردنية، وتم اخذ عينة من مجتمع الدراسة تكونت من المدراء العامين، المدراء الماليين، مدراء التسويق، مدراء الاستثمار، مدراء الخدمات اللوجستية، مدراء نظم المعلومات في البنوك التجارية الأردنية، ولغرض تحقيق أهداف الدراسة، قام الباحث بتطوير استبانة أعدت خصيصاً لهذه الدراسة، وتأكد من صدق الاستبانة وثباتها، ثم توزيعها على أفراد عينة الدراسة بواقع استبانة لكل مدير (بواقع ٦ استبانات لكل بنك)، حيث بلغ عدد الاستبانات الموزعة ٧٨ استبانة، وتم

استرداد (٦٩) استبانة، وبعد تدقيق الاستبانات المستردة تبين أن (٥) استبانات كانت غير صالحة/ غير مستكملة للشروط، وأحكام التحليل لذا تم استبعادها، وبالتالي فإن مجموع الاستبانات التي استخدمت في التحليل الإحصائي كانت (٦٤) استبانة أي ما نسبته (٨٢%) تقريباً.

٣-٢-٣ أداة الدراسة

قام الباحث بتطوير استبانة من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة، وخاصة المتعلقة بموضوع نظم المعلومات المحاسبية، والميزة التنافسية، حيث قام الباحث بالرجوع إلى العديد من الدراسات والأبحاث التي أُجريت في مجال نظم المعلومات المحاسبية، والميزة التنافسية كدراسة كل من: (عنبر، وآخرون، ٢٠١١)،(جل،٢٠١٠)،(اسماعيل،٢٠٠٨)،(الشحادة والعاصي،٢٠٠٨) (Chen, 2007)، (العمري،٢٠٠٩)، (الدايه،٢٠٠٩)،(طشطوش، ٢٠٠٨)، (الظفيري،٢٠٠٨)،(طلافحة، ٢٠٠٧)،(الصغير، ٢٠٠٥)، (الشيشاني،٢٠٠٤)، (الصباغ،٢٠٠١)، (الحلو، ٢٠٠٠)، واستخلاص الفقرات المناسبة لأداء الدراسة الحالية، وتكييفها، بحيث تتوافق مع طبيعة عمل البنوك. وقد تكونت الاستبانة من جزئين:

الجزء الأول: معلومات عامة عن المبحوثين تتعلق بالجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الوظيفية، والمسمى الوظيفي.

الجزء الثاني: اشتمل على أسئلة تتعلق بأثر نظم المعلومات المحاسبية على أبعاد الميزة التنافسية (التسعير، الجودة، السرعة، التكلفة، الحصة السوقية). حيث اشتمل هذا الجزء من الاستبانة على ٣٨ فقرة موزعة كالتالي:

- الفقرات التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية (١-١٢).
- الفقرات التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية (١٣-١٩).
- الفقرات التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية (٢٠- ٢٦).
- الفقرات التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية (٢٧- ٣٢).

الفقرات التـــي تقـــيس أثـــر نظـــم المعلومـــات المحاســـبية فـــي زيـــادة الحـــصة الـــسوقية (٣٣- ٣٨).

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)، وذلك للإجابة على فقرات الاســـتبانة بنـــاء على القيم التالية: موافق بشدة (٥) نقاط، موافق (٤) نقاط، محايد (٣) نقاط، غيـــر موافـــق (٢) نقطة، غير موافق بشدة (١) نقطة، وتم تصنيف متوسطات اجابات افراد عينة الدراسة لكل فقرة على النحو التالي:

- أقل من (٢,٣٣) منخفض.
- من (٢,٣٤-٣,٦٧) متوسط.
- (٣,٦٧) فأكثر، مرتفع.[١]

٣-٢-٣ – ١ صدق وثبات أداة الدراسة

تم التحقق من الصدق الظاهري للأداة (الاستبانة) بعد تطـــوير الـــشكل الأولـــي لهـــا، وعرضها على الأستاذ المشرف، وعدد من أعضاء هيئة التدريس في جامعة آل البيت، وأســـاتذة من جامعات أخرى من ذوي الخبرة والاختصاص، للتاكد من تغطيتها لجوانب الدراسة الأساسية، ومدى وضوح فقراتها، ومناسبتها، وانتمائها للمجال الذي اعدت لقياسه، وقد عـــدلت هـــذه الأداة بناء على ملاحضاتهم، لتصبح أكثر وضوحاً، وفهما لدى أفراد عينة الدراسة، وأكثر صدقاً فـــي قياس موضوع هذه الدراسة.

وللتاكد من ثبات أداة الدراسة تم استخدام اختبـــار كرونبـــاخ الفـــا (Cronbach Alpha)، وذلك بهدف التحقق من التجانس أو الاتساق الداخلى لها. حيث تراوحت قيمة معامل كرومبـــاخ ألفا لمتغيرات الدراسة ما بين (٠,٧٩٧-٠,٨٤٢)، وهذا يعني توفر درجة كبيرة من المـــصداقية في الاجابات، وبالتالي يمكن تعميم نتائج الدراسة على مجتمع الدراسة، والجدول رقم (1) يظهر أبرز نتائج هذا الاختبار.

---

[1] تم احتساب هذه الفئات من المعادلة التالية:

$$\frac{\text{الحد الأعلى للمقياس – الحد الأدنى}}{\text{عدد الفئات}} = \frac{٥ - ١}{٣} = ١,٣٣$$

وتمت إضافة ذلك إلى نهاية كل فئة.

الجدول رقم (1)

معاملات الثبات لأداة الدراسة وفق طريقة الاتساق الداخلي (كرونباخ الفا)

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
١	أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية	١٢	٠,٨٣٧
٢	أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية	٧	٠,٨١٣
٣	أثر نظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية	٧	٠,٧٩٧
٤	أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية	٦	٠,٨٠٢
٥	أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية	٦	٠,٨٤٢
	الأداة ككل	٣٨	0.818

٣-٢-٤ الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات

اعتمد الباحث على عدد من الأساليب الإحصائية في تحليل بيانات الدراسة، باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث تم استخدام أساليب ال إحصاء الوصفي، وذلك باستخراج التكرارات، والنسب المئوية للتعرف على خصائص عينة الدراسة، كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على درجة استجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة، أما الاختبارات الإحصائية التي تم استخدامها في هذ الدراسة:

- اختبار (ت) لعينة واحده One - Sample T-test
- اختبار (T) لعينتين مستقلتين
- تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)
- اختبار كرونباخ الفا (Cronbach Alpha).

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية
(تحليل النتائج واختبار الفرضيات)

الفصل الرابع

تحليل النتائج واختبار الفرضيات

٤-١ وصف خصائص عينة الدراسة

تم تخصيص الجزء الأول من الاستبانة لتحليل توزيع عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية الديموغرافية، حيث تم استخدام النسب المئوية والتكرارات لعرض وتبويب أهم ملامح وخصائص الأفراد عينة الدراسة ويتضح من الجدول رقم (٣) أن خصائص عينة الدراسة كما يأتي:

الجدول رقم (٢)
توزيع العينة حسب الخصائص الديموغرافية

الخصائص الديموغرافية		عينة الدراسة: التكرار	عينة الدراسة: النسبة
الجنس	ذكر	٤١	%٦٤,١
	أنثى	٢٣	%٣٥,٩
	المجموع	٦٤	%١٠٠
العمر	٣٠ سنة فأقل	٢٥	%٣٩,١
	٣١-٤٠ سنة	٢٢	%٣٤,٤
	٤١-٥٠ سنة	١٠	%١٥,٦
	٥١ سنة فأكثر	٧	%١٠,٩
	المجموع	٦٤	%١٠٠
المؤهل العلمي	دبلوم	٠	%٠٠
	بكالوريوس	٤١	%٦٤,١
	دبلوم عالي	٥	%٧,٨
	ماجستير	١٣	%٢٠,٣
	دكتوراه	٥	%٧,٨
	المجموع	٦٤	%١٠٠
الخبرة الوظيفية	٥ سنوات فأقل	٢٤	%٣٧,٥
	٦-١٠ سنوات	١٣	%٢٠,٣
	١١-١٥ سنة	١٠	%١٥,٦
	١٦-٢٠ سنة	١٣	%٢٠,٣
	٢١ سنة فأكثر	٤	%٦,٣
	المجموع	٦٤	%١٠٠
المسمى الوظيفي	مدير عام	٣	%٤,٧
	مديرمالي	١٣	%٢٠,٣
	مدير تسويق	١٣	%٢٠,٣
	مدير نظم المعلومات	١٢	%١٨,٨
	مدير الخدمات اللوجستية	١٢	%١٨,٨
	مدير استثمار	١١	%١٧,١
	المجموع	٦٤	%١٠٠

يبين الجدول السابق ان عينة الدراسة تكونت من ٦٤ فرداً، منهم (٤١) ذكـور بنـسبة مئوية بلغت ٦٤,١% من مجموع المبحوثين، وهذا يعني أن ما يزيد على نصف المبحوثين هـم من الذكور، ويمكن ان يعزى ذلك إلى طبيعة عمل البنوك.

أما فيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة حسب العمر, يشير الجـدول إلـى أن مـا نـسبته ٣٩,١% من أفراد العينة هم ممن تقل اعمارهم عن (٣٠) سنة، وهو عمر قمة العطاء للإنسان، ويعزى ذلك إلى استقطاب البنوك العاملين ضمن هذه الفئة، والمحافظة علـيهم للاسـتفادة مـن عطائهم. وتبلغ نسبة من يقعون ضمن فئة (٥١ سنة فأكثر) ١١%، ولعل سبب تدني نسبة هـذه الفئة العمرية هو قربها من سن التقاعد، مما يؤدي إلى خروج كثير من العاملين في قطاع البنوك من الخدمة عند بلوغ خدماتهم مستوى هذه الفئة.

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي يتضح من الجدول أن ما نسبته ٦٤,١% من أفـراد عينـة الدراسة هم ممن يحملون درجة البكالوريوس، والنسبة المتبقية من حملة الشهادات العليـا، ممـا يدل على البنوك تركز على استقطاب الكوادر من حملة الشهادات الجامعية، وهذا يعـد مؤشـراً على مدى توفر الكفاءات العلمية في قطاع البنوك.

كما أظهرت النتائج أن ما نسبته (٦٣%) تقريبا من أفراد عينة الدراسة هم ممـن تزيـد خبرتهم العملية عن خمس سنوات، الأمر الذي يعتبر من المؤشرات الجيدة في قطاع البنوك، كما يساعد على أن تتميز الإجابات بالدقة النسبية، مما يخدم أهداف الدراسة إلى حد كبير.

وبالنسبة إلى المسمى الوظيفي، يتضح من الجدول ان ما نسبته ٩٥,٣%، من أفراد عينة الدراسة هم من المدراء الماليين ومدراء التسويق والاستثمار، والخـدمات اللوجـستية، ونظـم المعلومات، وهذا ربما يعود إلى مجتمع الدراسة الي تكون فقط من المدراء، وكذلك يـدل علـى مدى التنوع، والاهتمام من قبل أفراد عينة الدراسة للإجابة عن فقرات الاسـتبيان، أمـا نـسبة المدراء العامين فكانت نسبتهم قليلة ٤,٧% وهذا ربما يعود إلى انشغالهم بعملهم، وعدم وجـود وقت كاف للبعض منهم للإجابة عن الاستبانات.

٤-٢ عرض نتائج الدراسة الميدانية

في هذا الجزء من الدراسة تم استعراض نتائج اجابات أفراد عينـة الدراسـة المتعلقـة بالمجالات التي تناولت أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية.

وفيما يلي عرض لنتائج أفراد عينة الدراسة:

١- النتائج المتعلقة بمجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين عمليـــة تـــسعير الخـــدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت) لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3					
رقم الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة
١	يعمل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على توفير قدر كاف من المعلومات يتم اتخاذها في عملية تسعير الخدمات المصرفية	٤,٢٣	٠,٥٨	١٦,٩١٠	٠,٠٠٠
٢	يساهم نظام المعلومات المحاسبي في إنجاح استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية بالاعتماد على أحدث وسائل التكنولوجيا الحديثة	٤,٢٠	٠,٦٠	١٦,١٥٦	٠,٠٠٠
٣	يبسط نظام المعلومات المحاسبي في البنك من إجراءات تسعير الخدمات المصرفية مما يؤدي إلى تعزيز مركزه التنافسي	٤,٢٨	٠,٦٠	١٦,٩٨٧	٠,٠٠٠
٤	يساعد نظام المعلومات المحاسبي على تحديد التكاليف الخاصة بتسعير الخدمات المصرفية	٤,٠٩	٠,٧٣	١٢,٠١١	٠,٠٠٠
٥	تزداد أهمية نظام المعلومات المحاسبي في البنوك التجارية على المدى البعيد في ظل التفاوت في تسعير الخدمات المصرفية	٤,١٦	٠,٧٦	١٢,١٦٣	٠,٠٠٠
٦	يعمل نظام المعلومات المحاسبي على تحقيق الأهداف المرسومة في خطة البنك وخاصة في تسعير الخدمات المصرفية	٤,٢٣	٠,٦١	١٦,١٧٤	٠,٠٠٠
٧	يساعد استخدام نظام المعلومات المحاسبي على ترشيد اتخاذ القرارات مما يؤثر بشكل واضح على سعر الخدمات المصرفية المقدمة إلى عملائه	٤,٤٢	٠,٦٩	١٦,٥٩٢	٠,٠٠٠
٨	تتزايد أهمية نظام المعلومات المحاسبي في تسعير الخدمات المصرفية، وذلك للاختلاف في عمليات البنوك	٤,١٦	٠,٦٢	١٤,٨٥٢	٠,٠٠٠
٩	يوفر نظام المعلومات المحاسبي معلومات أكثر دقة حول تسعير الخدمات المصرفية	٤,١٣	٠,٨٨	١٠,٢٠٥	٠,٠٠٠
١٠	يعتمد البنك بشكل كبير على نظام المعلومات المحاسبي لتجنب أي تكاليف زائدة عند تسعير الخدمات المصرفية التي يقدمها لعملائه	٤,٢٢	٠,٧٠	١٣,٩١٣	٠,٠٠٠
١١	يساهم نظام المعلومات المحاسبي في إعطاء البنك مرونة أكثر في تسعير خدماته المصرفية المقدمة لعملائه	٤,٣٠	٠,٦٦	١٥,٧٤٤	٠,٠٠٠
١٢	يمكن نظام المعلومات المحاسبي البنك من تسعير خدماته المصرفية بدرجة عالية من الكفاءة	٤,٠٦	٠,٧٩	١٠,٧٠١	٠,٠٠٠
	جميع العناصر كوحدة واحدة	**٤,٢١**	**٠,٣٤**	**٢٨,٦٣٠**	**٠,٠٠٠**

يتضح من معطيات الجدول رقم (٤) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت مـــا بـــين (٤,٤٢ – ٤,٠٦) حيث بلغ أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم (٧) والتي تنص على "يساعد استخدام نظام المعلومات المحاسبي على ترشيد اتخاذ القرارات مما يؤثر بـــشكل واضـــح علـــى ســـعر الخدمات المصرفية المقدمة إلى عملائه" بمتوسط حسابي بلغ (٤,٤٢)، وان أدنى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (١٢) والتي تنص على"يمكن نظام المعلومات المحاسبي البنك من تسعير خدماتـــه المصرفية بدرجة عالية من الكفاءة" وبمتوسط حسابي (٤,٠٦).

كذلك يظهر من الجدول ذاته أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة كانت أكبر مـــن المتوسط الفرضي(Test Value = 3)، وهذا يشير إلى أن تقييم المستجيبين لهذه الفقرات كان إيجابياً.

كما يتبين من خلال قيمة (ت) ومستوى الدلالة، انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α<٠,٠١) لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٢- النتائج المتعلقة بمجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت) لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3					
رقم الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة
١٣	يؤدي استخدام نظام المعلومات المحاسبي في البنك إلى تحسين نوعية الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء	٤,٢٧	٠,٧٠	١٤,٥٥٥	٠,٠٠٠
١٤	يؤثر نوع نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على جودة الخدمات المصرفية المقدمة إلى العملاء	٤,٠٢	٠,٧٢	١١,٢٢٩	٠,٠٠٠
١٥	يساعد استخدام نظام المعلومات المحاسبي على ترشيد اتخاذ القرارات مما يؤثر بشكل واضح على جودة الخدمات المصرفية المقدمة إلى عملائه	٤,١٤	٠,٧٣	١٢,٤٧٠	٠,٠٠٠
١٦	يتمتع الموظفون القائمون على نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك بالمهارة العالية والكفاءة في تقديم الخدمات للعملاء مما ينعكس على جودة الخدمات المقدمة	٤,٤٧	٠,٦٢	١٩,٠٦٢	٠,٠٠٠
١٧	تبني البنوك لنظام معلومات محاسبي يساهم في نقل التكنولوجيا الحديثة المرتبطة بالخدمات المصرفية واستخدامها بسهولة ويسر	٤,٠٩	٠,٧٣	١٢,٠١١	٠,٠٠٠
١٨	يساهم نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك بتوفير خدمات مصرفية ذات جودة عالية لعملائه مقارنة مع البنوك الأخرى	٤,٣٦	٠,٧٠	١٥,٥٧٠	٠,٠٠٠
١٩	للخبرة العملية في استخدام نظم المعلومات المحاسبية تأثير قوي على جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة إلى العملاء	٤,٠٦	٠,٧١	١١,٩٧٣	٠,٠٠٠
	جميع العناصر كوحدة واحدة	**٤,٢٠**	**٠,٣٣**	**٢٩,٥٢٩**	**٠,٠٠٠**

يتضح من معطيات الجدول رقم (٥) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت ما بين (٤,٤٧ – ٤,٠٢) حيث بلغ أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم (١٦) والتي تنص على "يتمتع الموظفون القائمون على نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك بالمهارة العالية والكفاءة في تقديم الخدمات للعملاء مما ينعكس على جودة الخدمات المقدمة" بمتوسط حسابي بلغ (٤,٤٧)، وان أدنى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (١٤) والتي تنص على "يؤثر نوع نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على جودة الخدمات المصرفية المقدمة إلى العملاء" وبمتوسط حسابي (٤,٠٢).

كذلك يظهر من الجدول ذاته أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة كانت أكبر من المتوسط الفرضي(Test Value = 3)، وهذا يشير إلى أن تقييم المستجيبين لهذه الفقرات كان إيجابياً.

كما يتبين من خلال قيمة (ت) ومستوى الدلالة، انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α>٠,٠١) لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٣- النتائج المتعلقة بمجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (٦)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت) لإجابات أفراد العينة عن فقرات أثر نظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3					
رقم الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة
٢٠	يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الصراف الآلي على القيام بالمعاملات المصرفية دون تحميل العملاء أي تكاليف إضافية	٤,٢٠	٠,٧٢	١٣,٤٣٠	٠,٠٠٠
٢١	يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الدفع الإلكتروني على تسديد جميع التزامات العملاء للجهات الحكومية أو الخاصة دون تحميلهم أي تكلفة إضافية	٣,٩٥	٠,٧٢	١٠,٥٥٨	٠,٠٠٠
٢٢	يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الرسائل القصيرة على إمكانية استعلام العملاء عن آخر حركات تم إجراؤها على حساباتهم دون تحميلهم أي تكلفة إضافية	٤,٣٩	٠,٧٥	١٤,٨٧٦	٠,٠٠٠
٢٣	يعمل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على انجاز العمليات المصرفية من خلال خدمة الإنترنت دون تحمل العملاء أي تكاليف إضافية	٤,٢٠	٠,٧٤	١٣,٠٣٣	٠,٠٠٠
٢٤	يسهل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على انجاز العمليات المصرفية من خلال خدمة البنك الخلوي دون تحمل العملاء أي تكاليف إضافية	٤,١٣	٠,٧٧	١١,٧٤٤	٠,٠٠٠
٢٥	يوفر نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك تخفيضا في تكاليف الحصول على المعلومات وتحليلها	٤,٠٩	٠,٦٦	١٣,٢٥٩	٠,٠٠٠
٢٦	يوفر نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك نوع من الرقابة على التكاليف المرتبطة بالخدمات المصرفية	٤,٣٨	٠,٦٣	١٧,٤٦٢	٠,٠٠٠
	جميع العناصر كوحدة واحدة	**٤,١٨**	**٠,٤٩**	**١٩,٢٨٣**	**٠,٠٠٠**

يتضح من معطيات الجدول رقم (٦) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت ما بين (٤,٣٩ – ٣,٩٥) حيث بلغ أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم (٢٢) والتي تنص على "يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الرسائل القصيرة على إمكانية استعلام العملاء عن آخر حركات تم إجراؤها على حساباتهم دون تحميلهم أي تكلفة إضافية" بمتوسط حسابي بلغ (٤,٣٩)، وان أدنى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (٢١) والتي تنص على "يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الدفع الإلكتروني على تسديد جميع التزامات العملاء للجهات الحكومية أو الخاصة دون تحميلهم أي تكلفة إضافية" وبمتوسط حسابي (٣,٩٥).

كذلك يظهر من الجدول ذاته أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة كانت أكبر من المتوسط الفرضي(Test Value = 3)، وهذا يشير إلى أن تقييم المستجيبين لهذه الفقرات كان إيجابياً.

كما يتبين من خلال قيمة (ت) ومستوى الدلالة، انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α<٠,٠١) لنظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٤- النتائج المتعلقة بمجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (٧)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت) لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3					
رقم الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة
٢٧	يوفر نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك المعلومات اللازمة للعملاء وبأسرع وقت ممكن عبر خدمة الصراف الآلي (ATM)	٤,١٧	٠,٦٣	١٤,٨٥٠	٠,٠٠٠
٢٨	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك آلية الدفع الإلكتروني لتسديد الالتزامات المترتبة على العملاء بأسرع وقت ممكن وعلى مدار الساعة	٤,١٤	٠,٧٥	١٢,١١٦	٠,٠٠٠
٢٩	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك فرصة القيام بالعمليات المصرفية وبالسرعة الممكنة عبر خدمة الإنترنت	٤,٢٣	٠,٧٩	١٢,٤٧٤	٠,٠٠٠
٣٠	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك من خلال استخدام الهاتف النقال انجاز المعاملات بالسرعة والدقة المطلوبة	٤,١٩	٠,٦٩	١٣,٨٢٥	٠,٠٠٠
٣١	يساعد نظام المعلومات المحاسبي في البنك من خلال استخدام الرسائل المرسلة SMS على معرفة آخر الحركات على حسابات العملاء بالسرعة المطلوبة	٤,٢٧	٠,٦٧	١٥,٠٥٨	٠,٠٠٠
٣٢	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك خدمة العملاء عبر الهاتف على مدار الساعة	٤,٢٣	٠,٧١	١٣,٩٦٩	٠,٠٠٠
	جميع العناصر كوحدة واحدة	**٤,٢١**	**٠,٤٠**	**٢٣,٩٢١**	**٠,٠٠٠**

يتضح من معطيات الجدول رقم (٧) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت ما بين (٤,٢٧ – ٤,١٤) حيث بلغ أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم (٣١) والتي تنص على "يساعد نظام المعلومات المحاسبي في البنك من خلال استخدام الرسائل المرسلة SMS على معرفة آخر الحركات على حسابات العملاء بالسرعة المطلوبة" بمتوسط حسابي بلغ (٤,٢٧)، وان أدنى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (٢٨) والتي تنص على "يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك آلية الدفع الإلكتروني لتسديد الالتزامات المترتبة على العملاء بأسرع وقت ممكن وعلى مدار الساعة" وبمتوسط حسابي (٤,١٤).

كذلك يظهر من الجدول ذاته أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة كانت أكبر من المتوسط الفرضي(Test Value = 3)، وهذا يشير إلى أن تقييم المستجيبين لهذه الفقرات كان إيجابياً. كما يتبين من خلال قيمة (ت) ومستوى الدلالة، انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α<٠,٠١) لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

٥- النتائج المتعلقة بمجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (٨)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت) لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال أثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية

رقم الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة
Test Value = 3					
٣٣	يسهل نظام المعلومات المحاسبي عملية تقديم الخدمات المختلفة إلى زبائنه مما يؤدي إلى امتلاك البنك حصة سوقية منافسة مقارنة بالبنوك الأخرى	٤,٢٨	٠,٦٠	١٦,٩٨٧	٠,٠٠٠
٣٤	تسعى إدارة البنك باستمرار في الحفاظ على حصتها السوقية من خلال نوعية الخدمات المقدمة لعملائه عبر نظام المعلومات المحاسبية فيه	٤,٢٣	٠,٧٣	١٣,٥٤٥	٠,٠٠٠
٣٥	يؤدي استخدام نظام المعلومات المحاسبي في البنك إلى زيادة كفاءة الخدمات المصرفية المقدمة مما ينعكس إيجابا على الحفاظ على العملاء الحاليين فيه	٤,٤٢	٠,٥٣	٢١,٥١٥	٠,٠٠٠
٣٦	يؤثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي على كفاءة الخدمات المصرفية المقدمة مما يؤدي إلى استقطاب عملاء جدد إليه	٤,٣١	٠,٦٩	١٥,٢٨٠	٠,٠٠٠
٣٧	يساعد استخدام نظام المعلومات المحاسبي إلى تقليل عدد العاملين المشرفين على تقديم الخدمات المصرفية مما ينعكس إيجابا على ربحية البنك	٤,٢٨	٠,٦٥	١٥,٦٧٥	٠,٠٠٠
٣٨	يساهم نظام المعلومات المحاسبي من خلال بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة للعملاء دون الحاجة إلى التوسع في عدد الفروع	٣,٨٤	٠,٨٠	٨,٤٢٥	٠,٠٠٠
جميع العناصر كوحدة واحدة		**٤,٢٣**	**٠,٣٣**	**٢٩,٤٣٤**	**٠,٠٠٠**

يتضح من معطيات الجدول رقم (٨) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت ما بين (٤,٤٢ – ٣,٨٤) حيث بلغ أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم (٣٥) والتي تنص على "يؤدي استخدام نظام المعلومات المحاسبي في البنك إلى زيادة كفاءة الخدمات المصرفية المقدمة مما ينعكس إيجابا على الحفاظ على العملاء الحاليين فيه" بمتوسط حسابي بلغ (٤,٤٢)، وان أدنى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (٣٨) والتي تنص على "يساهم نظام المعلومات المحاسبي من خلال بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة للعملاء دون الحاجة إلى التوسع في عدد الفروع" وبمتوسط حسابي (٣,٨٤).

كذلك يظهر من الجدول ذاته أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة كانت أكبر من المتوسط الفرضي(Test Value = 3)، وهذا يشير إلى أن تقييم المستجيبين لهذه الفقرات كان إيجابياً.

كما يتبين من خلال قيمة (ت) ومستوى الدلالة، انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α<٠,٠١) لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية.

٤-٣ اختبار فرضيات الدراسة

فيما يلي النتائج الخاصة باختبار فرضيات الدراسة، والمتعلقة بدراسة أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية.

لاختبار فرضيات الدراسة الرئيسية، والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها تم استخدام اختبار (ت) لعينة واحده (One - Sample T-test)، وتحليل التباين الأحـادي (One Way ANOVA).

وكانت النتائج على النحو التالي:

أولاً- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

H01 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية.

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام اختبار(ت) لعينة واحدة (One - Sample T-test)، والجدول رقم (٩) يبين نتائج ذلك.

الجدول رقم (٩)
نتائج اختبار (ت) لعينة واحده One - Sample T-test لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3							
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط الحسابي	فترة الثقة ٩٥% للفرق في المتوسط الحسابي Lower	Upper
٤,٢٠	.23	٤١,٨٦٧	٦٣	٠,٠٠٠	١,٢٠٦٤	١,١٤٨٨	١,٢٦٤٠

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (9) أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، وذلك اعتماداً على قيمة (ت) المحسوبة، والبالغة (٤١,٨٦٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (α < ٠,٠٠١)، وهذا يشير إلى رفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية".

نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

$H01_1$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحـــسين عمليـــة تـــسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (١٠)
نتائج اختبار (ت) لعينة واحده One - Sample T-test لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3							
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط الحسابي	فترة الثقة ٩٥% للفرق في المتوسط الحسابي	
						Lower	Upper
٤,٢١	٠,٣٤	٢٨,٦٣٠	٦٣	٠,٠٠٠	١,٢٠٧	١,١٢٢٦	١,٢٩١١

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (١٠) أنه يوجد أثـــر ذو دلالـــة إحـــصائية لـــنظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية، وذلك اعتماداً على قيمة (ت) المحسوبة، والبالغة (٢٨,٦٣٠) وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (α > ٠,٠٠١)، وهذا يشير إلى رفض الفرضية الصفرية التي تنص على انه "لا يوجد أثـــر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية فـــي البنوك التجارية الأردنية "، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على انـــه" يوجـــد أثـــر ذو دلالـــة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية فـــي البنـــوك التجارية الأردنية". وتوصلت دراسة (الظفيري ٢٠٠٨) الى نفس النتيجة مما يعززذلك.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

$H01_2$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين جـــودة الخـــدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (١١)
نتائج اختبار (ت) لعينة واحده One - Sample T-testلأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3							
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط الحسابي	فترة الثقة ٩٥% للفرق في المتوسط الحسابي	
						Lower	Upper
٤,٢٠	٠,٣٣	٢٩,٥٢٩	٦٣	٠,٠٠٠	١,٢٠١	١,١١٩٨	١,٢٨٢٤

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (١١) أنه يوجد أثـــر ذو دلالـــة إحـــصائية لـــنظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية، وذلـــك اعتماداً على قيمة (ت) المحسوبة، والبالغة (٢٩,٥٢٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة

(α < ٠,٠٠١)، وهذا يشير إلى رفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية".

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

$H01_3$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (١٢)
نتائج اختبار (ت) لعينة واحده One - Sample T-test لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3							
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط الحسابي	فترة الثقة ٩٥% للفرق في المتوسط الحسابي	
						Lower	Upper
٤,١٨	٠,٤٩	١٩,٢٨٣	٦٣	٠,٠٠٠	١,١٩٢	١,٠٦٨٥	١,٣١٥٦

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (١٢) أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية، وذلك اعتماداً على قيمة (ت) المحسوبة، والبالغة (١٩,٢٨٣) وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (α < ٠,٠٠١)، وهذا يشير إلى رفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية".

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

$H01_4$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (١٣)
نتائج اختبار (ت) لعينة واحده One - Sample T-test لأثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3							
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط الحسابي	فترة الثقة ٩٥% للفرق في المتوسط الحسابي	
						Lower	Upper
٤,٢١	٠,٤٠	٢٣,٩٢١	٦٣	٠,٠٠٠	١,٢٠٦	١,١٠٥١	١,٣٠٦٥

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (١٣) أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية، وذلك اعتماداً على قيمة (ت) المحسوبة، والبالغة (٢٣,٩٢١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (α < ٠,٠٠١)، وهذا يشير إلى رفض الفرضية الصفرية التي تنص على انه " لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الأردنية".

اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

$H01_5$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (١٤)
نتائج اختبار (ت) لعينة واحده One-Sample T-test لأثر نظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية

Test Value = 3							
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط الحسابي	فترة الثقة ٩٥% للفرق في المتوسط الحسابي	
						Lower	Upper
٤,٢٣	٠,٣٣	٢٩,٤٣٤	٦٣	٠,٠٠٠	١,٢٢٩	١,١٤٥٦	١,٣١٢٥

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (١٤) أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية، وذلك اعتماداً على قيمة (ت) المحسوبة، والبالغة (٢٩,٤٣٤) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (α < ٠,٠٠١)، وهذا يشير إلى رفض الفرضية الصفرية التي تنص على انه " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية".

ثانياً- نتائج اختبار الفرضية الثانية:

H02: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الوظيفية، المسمى الوظيفي).

ويتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

$H02_1$: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير الجنس.

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) لعينتين مستقلتين، والجدول رقم (١٥) يبين نتائج ذلك.

الجدول رقم (١٥)
نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة للكشف عن دلالة الفروق في تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تبعاً لمتغير الجنس

الرقم	أثر نظم المعلومات المحاسبية	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
١	تحسين تسعير الخدمات المصرفية	ذكر	٤١	٤,٢٤	٠,٣٢	١,٠٣٤	٠,٣٠٥
		أنثى	٢٣	٤,١٥	٠,٣٦		
٢	تحسين جودة الخدمات المصرفية	ذكر	٤١	٤,٢١	٠,٢٨	٠,٣٨٦	٠,٧٠١
		أنثى	٢٣	٤,١٨	٠,٤٠		
٣	تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية	ذكر	٤١	٤,٢٤	٠,٥١	٠,٩٧٢	٠,٣٣٥
		أنثى	٢٣	٤,١١	٠,٤٧		
٤	زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية	ذكر	٤١	٤,١٩	٠,٤١	٠,٣٩٠-	٠,٦٩٨
		أنثى	٢٣	٤,٢٣	٠,٤٠		
٥	زيادة الحصة السوقية للبنك	ذكر	٤١	٤,٢٦	٠,٣٣	٠,٨٥٥	٠,٣٩٦
		أنثى	٢٣	٤,١٨	٠,٣٤		

تظهر نتائج المتوسطات الحسابية في الجدول رقم (١٥) وجود فروق ظاهرية في المتوسطات الحسابية لتقديرات عينة الدراسة في ضوء متغير الجنس لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية في مجالات (تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية، وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية، زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية، وزيادة الحصة السوقية للبنك)، وقد تم إجراء اختبار "ت" للعينات المستقلة للكشف عن دلالة الفروق بين تقديرات العينة تبعاً لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك

التجارية الأردنية في مجالات (تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية، وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية، زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية، وزيادة الحصة السوقية للبنك) تعزى لمتغير الجنس، حيث تراوحت قيم "ت" المحسوبة ما بين (–٣٩٠.) و(١,٠٣٤) وهذه القيم غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (α = ٠,٠٥).

وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير الجنس".

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

$H02_2$: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير العمر.

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي، والجدول رقم (١٦) يبين نتائج ذلك.

الجدول رقم (١٦)
نتائج تحليل التباين الأحادي للكشف عن دلالة الفروق في تقديرات عينة الدراسة لأثر لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تبعاً لمتغير العمر

أثر نظم المعلومات المحاسبية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى االدلالة
تحسين تسعير الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,١٥٥	٣	٠,٠٥٢	٠,٤٤٢	٠,٧٢٤
	داخل المجموعات	٧,٠١٠	٦٠	٠,١١٧		
	المجموع	**٧,١٦٥**	**٦٣**			
تحسين جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٠٩٣	٣	٠,٠٣١	٠,٢٨٣	٠,٨٣٨
	داخل المجموعات	٦,٥٧٨	٦٠	٠,١١٠		
	المجموع	**٦,٦٧١**	**٦٣**			
تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٠٨٨	٣	٠,٠٢٩	٠,١١٤	٠,٩٥١
	داخل المجموعات	١٥,٣٢٠	٦٠	٠,٢٥٥		
	المجموع	**١٥,٤٠٨**	**٦٣**			
زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٠٥٨	٣	٠,٠١٩	٠,١١٥	٠,٩٥١
	داخل المجموعات	١٠,١٨٦	٦٠	٠,١٧٠		
	المجموع	**١٠,٢٤٥**	**٦٣**			
زيادة الحصة السوقية للبنك	بين المجموعات	٠,٢٥٦	٣	٠,٠٨٥	٠,٧٥٦	٠,٥٢٣
	داخل المجموعات	٦,٧٧٤	٦٠	٠,١١٣		
	المجموع	**٧,٠٣٠**	**٦٣**			

تظهر النتائج في الجدول رقم (١٦) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية في مجالات (تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية، وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية، زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية،

وزيادة الحصة السوقية للبنك) تعزى لمتغير العمر، حيث تراوحت قيم "ف" المحسوبة ما بين (٠,١١٤) و (٠,٧٥٦) وهذه القيم غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (α = ٠,٠٥).

وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير العمر".

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

$H02_3$: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي، الجدول رقم (١٧) يبين نتائج ذلك.

الجدول رقم (١٧)
نتائج تحليل التباين الأحادي للكشف عن دلالة الفروق في تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

أثر نظم المعلومات المحاسبية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة
تحسين تسعير الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٢١٩	٣	٠,٠٧٣	٠,٦٢٩	٠,٥٩٩
	داخل المجموعات	٦,٩٤٦	٦٠	٠,١١٦		
	المجموع	٧,١٦٥	٦٣			
تحسين جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٠٨٨	٣	٠,٠٢٩	٠,٢٦٨	٠,٨٤٨
	داخل المجموعات	٦,٥٨٣	٦٠	٠,١١٠		
	المجموع	٦,٦٧١	٦٣			
تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٠٢٤	٣	٠,٠٠٨	٠,٠٣١	٠,٩٩٣
	داخل المجموعات	١٥,٣٨٤	٦٠	٠,٢٥٦		
	المجموع	١٥,٤٠٨	٦٣			
زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,١٤٧	٣	٠,٠٤٩	٠,٢٩٢	٠,٨٣١
	داخل المجموعات	١٠,٠٩٧	٦٠	٠,١٦٨		
	المجموع	١٠,٢٤٥	٦٣			
زيادة الحصة السوقية للبنك	بين المجموعات	٠,٠٥٨	٣	٠,٠١٩	٠,١٦٧	٠,٩١٨
	داخل المجموعات	٦,٩٧٢	٦٠	٠,١١٦		
	المجموع	٧,٠٣٠	٦٣			

تبين النتائج في الجدول رقم (١٧) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية في مجالات (تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية، وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية، زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية، وزيادة الحصة السوقية للبنك) تعزى لمتغير المؤهل العلمي، حيث تراوحت قيم "ف" المحسوبة ما بين (٠,٠٣١) و (٠,٦٢٩) وهذه القيم غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (α = ٠,٠٥).

وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير المؤهل العلمي".

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

$H02_4$: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير الخبرة الوظيفية.

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي، الجدول رقم (١٨) يبين نتائج ذلك.

الجدول رقم (١٨)
نتائج تحليل التباين الأحادي للكشف عن دلالة الفروق في تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية

أثر نظم المعلومات المحاسبية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة
تحسين تسعير الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,١٣٦	٤	٠,٠٣٤	٠,٢٨٦	٠,٨٨٦
	داخل المجموعات	٧,٠٢٩	٥٩	٠,١١٩		
	المجموع	٧,١٦٥	٦٣			
تحسين جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٣٥٩	٤	٠,٠٩٠	٠,٨٣٨	٠,٥٠٦
	داخل المجموعات	٦,٣١٢	٥٩	٠,١٠٧		
	المجموع	٦,٦٧١	٦٣			
تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٣٦٥	٤	٠,٠٩١	٠,٣٥٨	٠,٨٣٧
	داخل المجموعات	١٥,٠٤٣	٥٩	٠,٢٥٥		
	المجموع	١٥,٤٠٨	٦٣			
زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٤٢٦	٤	٠,١٠٦	٠,٦٤٠	٠,٦٣٦
	داخل المجموعات	٩,٨١٩	٥٩	٠,١٦٦		
	المجموع	١٠,٢٤٥	٦٣			
زيادة الحصة السوقية للبنك	بين المجموعات	٠,١٨٧	٤	٠,٠٤٧	٠,٤٠٣	٠,٨٠٦
	داخل المجموعات	٦,٨٤٣	٥٩	٠,١١٦		
	المجموع	٧,٠٣٠	٦٣			

تشير النتائج في الجدول رقم (١٨) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية في مجالات (تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية، وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية، زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية، وزيادة الحصة السوقية للبنك) تعزى لمتغير الخبرة الوظيفية، حيث تراوحت قيم "ف" المحسوبة ما بين (٠,٢٨٦) و (٠,٨٣٨) وهذه القيم غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (α = ٠,٠٥).

وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير الخبرة الوظيفية".

اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

$H02_5$: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير المسمى الوظيفي.

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي، الجدول رقم (١٩) يبين نتائج ذلك.

الجدول رقم (١٩)
نتائج تحليل التباين الأحادي للكشف عن دلالة الفروق في تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي

أثر نظم المعلومات المحاسبية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة
تحسين تسعير الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٤٣١	٨	٠,٠٥٤	٠,٤٤٠	٠,٨٩٢
	داخل المجموعات	٦,٧٣٤	٥٥	٠,١٢٢		
	المجموع	**٧,١٦٥**	**٦٣**			
تحسين جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	٠,٩٩٢	٨	٠,١٢٤	١,٢٠٠	٠,٣١٦
	داخل المجموعات	٥,٦٧٩	٥٥	٠,١٠٣		
	المجموع	**٦,٦٧١**	**٦٣**			
تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	١,٢٦٦	٨	٠,١٥٨	٠,٦١٥	٠,٧٦١
	داخل المجموعات	١٤,١٤٢	٥٥	٠,٢٥٧		
	المجموع	**١٥,٤٠٨**	**٦٣**			
زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية	بين المجموعات	١,٠٤٢	٨	٠,١٣٠	٠,٧٧٨	٠,٦٢٤
	داخل المجموعات	٩,٢٠٣	٥٥	٠,١٦٧		
	المجموع	**١٠,٢٤٥**	**٦٣**			
زيادة الحصة السوقية للبنك	بين المجموعات	٠,٥٣٥	٨	٠,٠٦٧	٠,٥٦٧	٠,٨٠١
	داخل المجموعات	٦,٤٩٥	٥٥	٠,١١٨		
	المجموع	**٧,٠٣٠**	**٦٣**			

تظهر النتائج في الجدول رقم (١٩) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لأثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية في مجالات (تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية، وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية، زيادة سرعة تقديم الخدمات المصرفية، وزيادة الحصة السوقية للبنك) تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، حيث تراوحت قيم "ف" المحسوبة ما بين (٠,٤٤٠) و (١,٢٠٠) وهذه القيم غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (α = ٠,٠٥).

وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى متغير المسمى الوظيفي".

ومن نتائج الفرضيات الفرعية السابقة يتم قبول الفرضية الصفرية الرئيسية الثانية والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الوظيفية، المسمى الوظيفي)".

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

٥-١ النتائج

استناداً إلى ما أظهره التحليل العملي لبيانات الدراسة، فإن الباحث توصل إلى مجموعة من النتائج حول أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، ويمكن تحديدها بالنقاط التالية:

١- **أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر لنظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية.** ويدل ذلك على أن نظم المعلومات المحاسبية الموجودة، والمطبقة من قبل البنوك التجارية في الأردن لها أثر إيجابي في تحسين عمليات تسعير الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك، كما إن هذه النظم تؤثر على جودة هذه الخدمات، وتخفض من تكلفتها على البنك، كما إنها تساهم في تقديمها إلى العملاء بالسرعة الممكنة والوقت المناسب، كذلك تعمل هذه النظم المحاسبية على المساهمة في زيادة الحصة السوقية لدى هذه البنوك، مما يؤدي إلى اكتسابها ميزة تنافسية.

٢- **بينت نتائج الدراسة ان نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة في البنوك التجارية الأردنية تساعد في تحسين عملية تسعير الخدمات المصرفية.** وهذه النتيجة تدل على أن نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة في البنوك توفر معلومات دقيقة يتم توظيفها في عملية تسعير الخدمات المصرفية، حيث إن هذه المعلومات تساهم في تحديد حجم التكاليف الخاصة بالخدمات المصرفية، وترشيد اتخاذ القرارات مما يؤثر بشكل واضح على سعر الخدمات، الامر الذي يسهل على البنك من إجرءات تسعير هذه الخدمات المصرفية التي يقدمها إلى العملاء، مما يؤدي إلى تعزيز مركزه التنافسي.

٣- **بينت نتائج الدراسة ان نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة في البنوك التجارية الأردنية تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية.** أي إن استخدام نظام المعلومات المحاسبي في البنك يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمات المصرفية المقدمة إلى العملاء، كما يساهم بتوفير خدمات مصرفية ذات جوده عالية لعملائه، ومن جهة أخرى فإن نوع نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك أيضاً يؤثر على جودة الخدمات المصرفية المقدمة إلى العملاء، كما أن الموظفون القائمون على نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك يتمتعون بالمهارة العالية والكفاءة والخبرة العملية في تقديم الخدمات للعملاء مما ينعكس على جودة الخدمات المقدمة.

٤- **بينت نتائج الدراسة ان نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة في البنوك التجارية الأردنية تساهم في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية**. وهذا يدل على أن نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك يسهل من خلال خدمة الصراف الآلي على قيام العمــلاء بالمعــاملات المصرفية دون تحمل البنك أي تكاليف إضافية، وكذلك تسديد جميــع التزامــاتهم للجهــات الحكومية أو الخاصة عبرخدمة الدفع الإلكتروني باقل التكاليف الممكن تحملهــا مــن قبــل البنك، كما يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الرســائل القصيرة على امكانية استعلام العملاء عن آخر حركات تم إجراؤها علــى حــساباتهم دون تحميل البنك اي تكلفة اضافية، كذلك يعمل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنــك على انجاز العمليات المصرفية من خلال خدمة الإنترنت، والبنك الخلوي دون تحمل البنــك اي تكاليف اضافية، من خلال ما يوفره نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك مــن تخفيض في تكاليف الحصول على المعلومات وتحليلها، ورقابة على التكــاليف المرتبطــة بالخدمات المصرفية.

٥- **أظهرت نتائج الدراسة ان نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة فــي البنــوك التجاريــة الأردنية تساهم في تقديم الخدمات المصرفية إلى العملاء بالوقــت المناســب والــسرعة الممكنة**. حيث يمكن أن نستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي في البنك يــوفر المعلومــات اللازمة للعملاء، وبأسرع وقت ممكن عبر خدمة الصراف الآلي (ATM). كما انه يــسهل على العملاء آلية الدفع الإلكتروني لتسديد الالتزامات المترتبة عليهم وعلى مــدار الــساعة، كذلك يتيح للعملاء فرصة القيام بالعمليات المصرفية، وإنجاز المعــاملات، ومعرفــة اخــر الحركات على حساباتهم بالسرعة اللازمة عبر خدمة الإنترنت. والهاتف النقــال. وكــذلك استخدام الرسائل المرسلة (SMS).

٦- **أظهرت نتائج الدراسة ان نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة فــي البنــوك التجاريــة الأردنية تساهم في زيادة الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية**. هذا يدل علــى أن إدارة البنك تسعى بإستمرارالى الحفاظ على حصة البنك السوقية من خلال نوعية الخــدمات المقدمة لعملائه عبر تفعيل دور نظام المعلومات المحاسبية فيه، حيث إن نظام المعلومــات المحاسبي المستخدم في البنك يعمل على تسهيل عملية تقديم الخدمات المختلفة لزبائنه ممــا يؤدي على امتلاك البنك حصة سوقية منافسة مقارنة بالبنوك الأخرى، وكذلك يساعد علــى زيادة ورفع كفاءة الخدمات المصرفية المقدمة مما ينعكس إيجاباً على الحفاظ على العمــلاء الحاليين فيه، واستقطاب عملاء جدد إليه، كما يؤدي إلى تقليل عدد العاملين المشرفين علــى تقديم الخدمات المصرفية مما ينعكس إيجابا على ربحية البنك.

٧- أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة، نحو أثر نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تعزى إلى اي من المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الوظيفية، المسمى الوظيفي).

٥-٢ التوصيات

١- تشجيع إدارات البنوك التجارية الأردنية وحثها على تعزيز بيئة نظم المعلومات المحاسبية لديها من حيث تطوير تقنياتها، والاهتمام بتدريب وتأهيل القائمين على هذه النظم من خلال عقد دورات مستمرة له، بما يتلاءم والمستجدات التي تطرأ على هذه النظم.

٢- ضرورة الاهتمام، والتركيز بشكل أكبر من قبل إدارات البنوك التجارية الأردنية على استخدام نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية التي تسعى لها، خاصة مع تزايد حدة المنافسة في ظل النظام الاقتصادي الجديد، والأزمة المالية التي عصفت بقطاع البنوك في السنوات الأخيرة، وذلك لتجنب اثارها في المستقبل.

٥-٣ دراسات مستقبلية مقترحة

١- إجراء المزيد من الدراسات والابحاث حول نظم المعلومات المحاسبية، والميزة التنافسية في قطاعات أخرى، كالقطاع الصناعي مثلاً.

٢- إجراء المزيد من الدراسات لقياس أثر نظم المعلومات المحاسبية على أبعاد جديدة للميزة التنافسية لم تتناولها هذه الدراسة مثل المرونة في تقديم الخدمات المصرفية، الإبداع، وغيرها.

المراجع

المراجع

أولاً- المراجع العربية:

أ) الكتب:

أحمد حسين، **نظم المعلومات المحاسبية الإطار الفكري والنظم التطبيقية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

أحمد حلمي جمعة وآخرون، **نظم المعلومات المحاسبية: مدخل تطبيقي معاصر**، ط١، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٣.

أحمد سفر، **العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية**، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، ٢٠٠٦.

أحمد محمد غنيم، **الإدارة الإلكترونية- آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل**، المكتبة العصرية، المنصورة، ٢٠٠٣.

تيسير العجارمة، **التسويق المصرفي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠٠٥

جبرائيل جوزيف كحالة، ورضوان حنان، **المحاسبة الإدارية: مدخل محاسبة المسؤولية وتقييم الأداء**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ١٩٩٧.

جوزيف أودونيل، **تقنية المعلومات في التعليم المحاسبي**، منشورات المجتمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، الأردن، ٢٠٠٤.

حافظ كامل الغندور، **محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة**، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت، ٢٠٠٣.

خالد أمين عبدالله، **التدقيق والرقابة في المصارف**، معهد الدراسات المصرفية، الأردن، ١٩٩٨.

سعد غالب ياسين، **الإدارة الدولية**، ط١، دار اليازوري العلمية، عمان، ١٩٩٩.

عامر قنديلجي، وعلاء الدين الجنابي، **نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥.

عباس اسماعيل وهاني الفيلي، **محاسبة البنوك**، الطبعة الثانية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ٢٠٠٦.

عبد الرزاق قاسم، **تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية،** الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٦.

عبد الرزاق محمد قاسم، **تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية،** مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤.

عبد الستار العلي، **إدارة الإنتاج والعمليات- مدخل كمي،** ط١، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٠.

عبد العزيز حبتور، **الإدارة الاستراتيجية: إدارة جديدة في عالم متغير،** دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤.

علي الجياشي، **التسعير مدخل تسويقي،** مكتبة الراتب العلمية، عمان، ٢٠٠٢.

علي السلمي، **إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية،** دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، ٢٠٠١.

علي جمال الدين عوض، **عمليات البنوك من الوجهة القانونية في قانون التجارة الجديد وتشريعات البلاد العربية،** ط٣، دار النهضة العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ٢٠٠٠.

عمار بو شناف، **الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية: مصادرها، تنميتها وتطويرها،** جامعة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ٢٠٠٠.

غسان قاسم اللامي، **تقنيات ونظم معاصرة في إدارة العمليات،** ط١، دار الثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٨.

كامل السيد غراب، وفادية محمد حجازي، **نظم المعلومات الإدارية- مدخل إداري،** مكتبة ومطبعة الشباب الفنية، مصر، ١٩٩٩.

كمال الدين الدهراوي، **نظم المعلومات المحاسبية في ظل تكنولوجيا المعلومات،** المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٧.

محمد أبو نصار، **المحاسبة الإدارية،** الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٥.

محمد الربيدي، **المحاسبة في البنوك التقليدية والإسلامية، مدخل النظم،** الطبعة الثالثة، مكتبة الجيل الجديد، اليمن، ٢٠٠٤.

محمد الصيرفي، **مبادئ التسويق،** ط١، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، ٢٠٠٥.

محمد سعيد المصري، **إدارة وتسويق الخدمات المصرفية،** الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٢.

محمد يوسف الحنفاوي، **نظم المعلومات المحاسبية**، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠١.

مصطفى محمود أبو بكر، **الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية**، الدار الجامعية، مصر، ٢٠٠٦.

مصطفى محمود، **مدخل لتحقيق الميزة التنافسية**، دار النرجس التجارية، جامعة الملك عبد العزيز، الرياض، ٢٠٠٠.

ناظم محمد الشمري، وعبد الفتاح زهير العبداللات، **الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع**، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨.

نبيل مرسي خليل، **الميزة التنافسية في مجال الأعمال**، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، ١٩٩٨.

نجم عبود نجم، **إدارة العمليات: النظم والأساليب والاتجاهات الحديثة**، ج١، مركز البحوث، الرياض، ٢٠٠١.

وديع محمد عدنان، **محددات القدرة التنافسية للاقطار العربية في الأسواق الدولية**، بحوث ومناقشات، تونس، ٢٠٠١.

ب) الدوريات:

أحمد العماري، "طبيعة وأهمية نظام المعلومات المحاسبية"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الأول، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ٢٠٠١.

أحمد عبد الرحمن المخادمة، "أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في اتخاذ القرارات الاستثمارية، دراسة تطبيقية على الشركات الأردنية"، مجلة المنارة، المجلد ١٣،العدد ٢، الأردن، ٢٠٠٧.

خالد أمين عبدالله وخالد القطناني، "البيئة المصرفية وأثرها على كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية"، دراسة تحليلية على المصارف التجارية في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الأول، ٢٠٠٧.

زهير الصباغ، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع البنكي في الأردن"، مجلة البصائر، مجلد ٧، العدد ١، ٢٠٠١.

الطاهر الكردي، "تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات وعلاقتها بأداء المنظمات، دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في الأردن"، مجلة الجندول، السنة الثالثة، العدد٢٤، ٢٠٠٥، متوفرة على الموقع www.Uluminsania.net\b10.htm

عبد الرزاق قاسم الشحادة وسعد العاصي، "إطار متكامل لتقييم كفاءة نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسات المصرفية في ظل الأزمة المالية العالمية، دراسة ميدانية على المصارف العاملة بمدينة حلب" مجلة بحوث حلب، ٢٠٠٨.

عنبر إبراهيم شلاش وآخرون، "أثر استخدام التسويق الإلكتروني في تحقيق ميزة تنافسية لشركات الدواء الأردنية"، دراسة ميدانية"، مجلة دراسات، العلوم الإدارية، المجلد ٣٨، العدد، ١، ٢٠١١.

محمد مطر، "دور المحاسب الإداري في اتخاذ القرارات"،مجلة المحاسب القانوني العربي، العدد ١٢٠، ٢٠٠٤.

محمد رحاحلة ، وليد صيام ،"مدى ملائمة مخرجات النظم المحاسبية الالية لمتطلبات متخذي القرارات في البنوك التجارية الاردنية"، دراسات ، العلوم الادارية ،المجلد ٣٣ ،العدد ٢ ، ٢٠٠٦.

ج) الرسائل العلمية:

إبراهيم ناصر جودة، "نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة في ضريبة الدخل وأثرها على فاعلية الدائرة في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٤.

أحمد الخروبي، "الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجمعية العلمية لنادي الدراسات الاقتصادية، جامعة وهران، ٢٠٠٨.

أحمد ضيف الله طلافحة، "أثر إدارة التغيير في تحقيق الميزة التنافسية لمجموعة الاتصالات الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠٠٧.

أحمد عبد الهادي شبير، "دور المعلومات المحاسبية في اتخاذ القرارات الإدارية، دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة في فلسطين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة غزة، فلسطين، ٢٠٠٦.

أحمد هاشم سليمان، "التحليل الاستراتيجي وانعكاساته على خيارات الأعمال والميزة التنافسية دراسة حال في الشركة العامة للصناعات الكهربائية"، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠٠٤.

إدمون طارق ادمون جل، "مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية العراقية الأهلية من وجهة الإدارة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٠.

برهان صباح الحلو،" أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك الأردنية من منظور القيادات المصرفية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٢.

جريس زعرور، "أثر جودة وأسعار الخدمات المقدمة من المصارف على رضى عملائها من القطاع الصناعي في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، ٢٠٠٣.

حسن الزعبي، "أثر استخدام نظام المعلومات الاستراتيجي في بناء وتطوير المزايا التنافسية وتحقيق عوامل التفوق التنافسي: دراسة تطبيقية على المصارف الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، ١٩٩٩.

ساهر محمد عدوس، "العوامل المؤثرة في تقبل العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الأردنية، من وجهة نظر العملاء"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠١٠.

صالح محمود الزعبي، "العوامل المؤثرة على فاعلية نظام المعلومات المحاسبية في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات، دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٦.

عامر الشيشاني، "أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في اكساب ميزة تنافسية: دراسة ميدانية على الشركة الأردنية للاتصالات الخلوية موبايلكم"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٤.

عبد الكريم فاضل، "مدى تأثير العوامل السلوكية والتكنولوجيا على فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية اليمنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠٠٤.

عبد الهادي حامد رمضان ، " العوامل المؤثرة على نظم المعلومات المحاسبية في الشركات الصناعية الاردنية المساهمة العامة " رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الاردنية ، الاردن ، ١٩٩٩.

علي أحمد مساعدة، "أثر استخدام التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية في شركات الاتصالات الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٦.

علي زكريا القرعان، "أثر مرونة التصنيع على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركات صناعة الأثاث العاملة في مدينة الملك عبدالله الثاني الصناعية – سحاب"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠٠٦.

عمر الغويري، "تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركتي الملكية الأردنية وموبايلكم"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، ٢٠٠٥.

فؤاد إبراهيم العمري، "أثر نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على تكاليف الإنتاج في الشركات الصناعية الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠٠٩.

فادي محمود بدر، "دور نظم المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، دراسة في قطاع الصناعات الدوائية الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، إربد، ٢٠٠٣.

فتح الله الصغير، "دور نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على التسهيلات الائتمانية في المصارف التجارية الليبية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٥.

ليث محمد طشطوش، "دور قدرات نظم المعلومات في تعزيز استراتيجيات الميزة التنافسية في المنظمات الصناعية الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠٠٨.

محمد عبد الكريم الرعود، "أثر نظم المعلومات الإدارية المحوسبة على فعالية الرقابة الإدارية في القطاع العام الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاردنية، ٢٠٠٤.

محمد يونس أبو حرب، "مدى موثوقية وملائمة مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في ظل تطبيق القيمة العادلة في البنوك التجارية الأردنية"، أطروحة دكتوراة غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، ٢٠٠٩.

محمود إسماعيل علي إسماعيل، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية"، دراسة ميدانية على شركات صناعة الدواء الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، ٢٠٠٨.

مراد خالد مصلح ردايدة، "أثر المعالجات الآلية على أنظمة المعلومات المحاسبية، دراسة تطبيقية في دائرة الجمارك الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيـت، المفـرق، ١٩٩٨.

منذر يحيى الدايه، "أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية على جودة البيانات المالية في قطـاع الخدمات في قطاع غزة"، رسالة ماجستير غير منـشورة، الجامعـة الإسـلامية، غـزة، ٢٠٠٩.

نواف وبدان الظفيري، "دور نظم المعلومات المحاسبية في تسعير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن، ٢٠٠٨.

د) المؤتمرات:

آمال عياري، ورجم نصيب، "الإستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القـدرة التنافـسية للمؤسسات الجزائرية"، الملتقى الدولي، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ٣٠/٢٩ أكتوبر ٢٠٠٢.

الاجتماع الرابع عشر للشبكة العربية لإدارة وتنمية الموارد البـشرية، مـسقط- عُمـان، ١٦-٢٠٠٦/١٢/١٨، نوفمبر ٢٠٠٦.

سملالي يحضيه، "إدارة الجودة الشاملة مدخل لتطوير الميزة التنافسية للمؤسـسة الاقتـصادية"، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتـصادي الجديـد، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، ٢٠٠١.

مسعود صديقي، ومحمد عجيلة، "أهمية الإبداع في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني، جامعة الإسراء، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن، ٢٠٠٧.

نعيم دهمش، وعفاف أبو زر، "التعليم المحاسبي باستخدام نظم تكنولوجيا المعلومات فـي الجامعـات الأردنية"، المؤتمر العلمي الأول لقسم المحاسبة، المحاسبة في عـصر المعلوماتيـة، واقـع وتحديات، جامعة مؤتة، الأردن، ٢٠٠٤.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

A) Books:

Cushing, Barry E., **Accounting Information Systems and Business Organization**, 3rd Edition, Wesly Publishing Co., California, 1982.

Evans, and Collier, **Operation Management an Integrated Goods and services, Approach**, Thomson, South, Western, U.S.A International, student edition, www.swlearing.com, 2007.

Kotler, P., **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**, Millennium edition, Prentice-Hall, Inc., 2000.

Krajewski, Lee J.and Ritzman, Larry P., **Operations Management,** 7th ed, Prentice Hall, New Jersey, 2005.

Macmillan , H ., & Mahan, T., **Strategic Management**, Oxford University published, USA, 2001.

Porter, M, **Competitive Advantage: Creating and Sustairing Susperior Perfomance**, The Free Press, New York, 1985.

Slack, Nigel, Chambers, Stuart, Harland, Christine, Harrston, Alan, and Johnston, Robert, **Operations Management**, 4nd ed., Prentice Hall, New York, 2004.

B) Journals:

Atem, Tongwa Ivo and Yella, Gilbert Ncheh, Continuous Quality Improvement: Implementation and sustainability , 2007.

Chau, P.Y., “Inhibitors to EDI Adoption in small Businesses : An Empirical Investigation”, The Journal of electronic Commerce Research, Vol.2, 2001.

Day, George S. and Wensley, R., "Assessing Advantage, A. F. arm Work of Diagnosing Superiorit", Journal of Marketing, ED, 25 April, 1988, p 21.

Gronroos, C., “Aservice quality model and its marketing implications”, European Journal of Marketing Vol. 18, N° 4, London, 1984.

Guest, D., "Human Resource Management And Industrial Relations", Journal of Management Studies, Vol. 24, No. 5, 1987.

Hoffman, N. P., (2000), "An Examination of the 'Sustainable Competitive Advantage' Concept: Past, Present, and Future", Academy of Marketing, Science Review, 2009.

J.S. Chen& H.T.Tsou ,"Information Technology Adoption For Service Innovation Practices And Competitive Advantage : The Case Of Financial Firms" , Information Research . Vol .12, No. 3, 2007 .

Morgan, Rebort E., et al, “Innovation in Banking: New structures and systems”, Science Direct Journal, Vol. 28, Issue 3, 2000.

Shore, Barry, “Using Information Technology To Achieve Competitive Advantage: Study Of Trends”, Journal Of Computer Information Systems, Vol. 36, No.4, 1996.

Xu, hongjiang, Stakeholders perspectives of accounting information quality”, www.unimelb.edu.au\ development.2001.

الملاحق

الملحق رقم (١) الاستبانة
الملحق رقم (٢) قائمة أسماء المحكمين
الملحق رقم (٣) قائمة البنوك التجارية الأردنية

الملحق رقم (1)

استبانـة الدراسة

أخي الكريم/أختي الكريمة،،،،،،،،،،،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان:

"أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية".

لذلك يرجى الإجابة عن فقرات الاستبانة بدقة والأخذ بجميع الأسئلة علماً بأن إجابـــاتكم ستحاط بالسرية التامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

الباحث

مهند عبيد الشبيل

الجزء الأول- المتغيرات الشخصية والوظيفية:

(١) الجنس:

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

(٢) العمر:

- ☐ ٣٠ سنة – فأقل
- ☐ ٣١-٤٠
- ☐ ٤١-٥٠
- ☐ ٥١ – فأكثر

(٣) المؤهل العلمي:

- ☐ دبلوم متوسط
- ☐ بكالوريوس
- ☐ دبلوم عالي
- ☐ ماجستير
- ☐ دكتوراه
- ☐ غير ذلك، اذكرها............

(٤) الخبرة الوظيفية:

- ☐ اقل من ٥ سنوات
- ☐ ٦-١٠ سنوات
- ☐ ١١-١٥ سنة
- ☐ ١٦-٢٠ سنة
- ☐ ٢١ سنة فأكثر

(٥) المسمى الوظيفي:

- ☐ مدير عام
- ☐ مديرمالي
- ☐ مدير تسويق
- ☐ مدير نظم المعلومات
- ☐ مدير الخدمات اللوجستية
- ☐ مدير استثمار

الجزء الثاني- أسئلة الاستبانة:

أ- أسئلة الاستبانة التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تعزيزالميزة التنافسية من خلال عملية تسعير الخدمات المصرفية :

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	يعمل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على توفير قدر كاف من المعلومات يتم توظيفها في عملية تسعير الخدمات المصرفية.					
٢	يساهم نظام المعلومات المحاسبي في انجاح استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية بالاعتماد على أحدث وسائل التكنولوجيا الحديثة.					
٣	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك من اجرءات تسعير الخدمات المصرفية مما يؤدي إلى تعزيز مركزه التنافسي.					
٤	يساهم نظام المعلومات المحاسبي في تحديد حجم التكاليف الخاصة بتسعير الخدمات المصرفية.					
٥	تزداد أهمية نظام المعلومات المحاسبي في البنوك التجارية على المدى البعيد في ظل التغيرات في تسعير الخدمات المصرفية.					
٦	يعمل نظام المعلومات المحاسبي على تحقيق الأهداف المرسومة في خطة البنك الخاصة بالسعر المستهدف للخدمات المصرفية.					
٧	يساهم نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في ترشيد اتخاذ القرارات مما يؤثر بشكل واضح على سعر الخدمات المصرفية المقدمه إلى عملائه.					
٨	تتزايد أهمية نظام المعلومات المحاسبي في تسعير الخدمات المصرفية، وذلك للاختلاف في عمليات البنوك.					
٩	يوفر نظام المعلومات المحاسبي معلومات أكثر دقة حول تسعير الخدمات المصرفية.					
١٠	يعتمد البنك بشكل كبير على نظام المعلومات المحاسبي لتجنب اي تكاليف زائدة عند تسعير الخدمات المصرفية التي يقدمها لعملائه.					
١١	يساهم نظام المعلومات المحاسبي في اعطاء البنك مرونة أكثر في تسعير خدماته المصرفية المقدمة لعملائه.					
١٢	يمكن نظام المعلومات المحاسبي البنك من تسعير خدماته المصرفية بدرجة عالية من الكفاءة.					

ب- أسئلة الاستبانة التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تعزيزالميزة التنافسية من خلال تحسين جودة الخدمات المصرفية:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١٣	يؤدي استخدام نظام المعلومات المحاسبي في البنك إلى تحسين نوعية الخدمات المصرفية المقدمة إلى العملاء.					
١٤	يؤثر نوع نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على جودة الخدمات المصرفية المقدمة إلى العملاء.					
١٥	يساعد استخدام نظام المعلومات المحاسبي على ترشيد اتخاذ القرارات مما يؤثر بشكل واضح على جودة الخدمات المصرفية المقدمه إلى عملائه.					
١٦	يتمتع الموظفون القائمون على نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك بالمهارة العالية والكفاءة في تقديم الخدمات للعملاء مما ينعكس على جودة الخدمات المقدمة.					
١٧	تبني البنوك لنظام معلومات محاسبي يساهم في نقل التكنولوجيا الحديثة المرتبطة بالخدمات المصرفية واستخدامها بسهولة ويسر.					
١٨	يساهم نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك بتوفير خدمات مصرفية ذات جوده عالية لعملائه مقارنة مع البنوك الاخرى.					
١٩	للخبرة العملية في استخدام نظم المعلومات المحاسبية تأثير قوي على جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة إلى العملاء.					

ج- أسئلة الاستبانة التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تعزيزالميزة التنافسية من خلال تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
٢٠	يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الصراف الآلي على القيام بالمعاملات المصرفية دون تحميل البنك اي تكاليف اضافية.					
٢١	يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الدفع الإلكتروني على تسديد جميع التزامات العملاء للجهات الحكومية أو الخاصة باقل التكاليف الممكن تحملها من قبل البنك.					
٢٢	يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك من خلال خدمة الرسائل القصيرة على امكانية استعلام العملاء عن اخر حركات تم اجراؤها على حساباتهم دون تحميل البنك اي تكلفة اضافية.					
٢٣	يعمل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على انجاز العمليات المصرفية من خلال خدمة الإنترنت دون تحمل البنك اي تكاليف اضافية.					
٢٤	يسهل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك على انجاز العمليات المصرفية من خلال خدمة البنك الخلوي دون تحمل البنك اي تكاليف اضافية.					
٢٥	يوفر نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك تخفيضا في تكاليف الحصول على المعلومات وتحليلها.					
٢٦	يوفر نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك نوع من الرقابة على التكاليف المرتبطة بالخدمات المصرفية.					

د- أسئلة الاستبانة التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تعزيزالميزة التنافسية من خلال سرعة تقديم الخدمات المصرفية:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
٢٧	يوفر نظام المعلومات المحاسبي في البنك المعلومات اللازمة للعملاء وباسرع وقت ممكن عبر خدمة الصراف الآلي (ATM).					
٢٨	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك الية الدفع الإلكتروني لتسديد الالتزامات المترتبة على العملاء باسرع وقت ممكن وعلى مدار الساعة.					
٢٩	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك فرصة القيام بالعمليات المصرفية وبالسرعة اللازمة عبر خدمة الإنترنت.					
٣٠	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك من خلال استخدام الهاتف النقال انجاز المعاملات بالسرعة والدقة المطلوبة.					
٣١	يساعد نظام المعلومات المحاسبي في البنك من خلال استخدام الرسائل المرسلة SMS، على معرفة اخر الحركات على حسابات العملاء بالسرعة المطلوبة.					
٣٢	يسهل نظام المعلومات المحاسبي في البنك خدمة العملاء عبر الهاتف على مدار الساعة.					

هـ- أسئلة الاستبانة التي تقيس أثر نظم المعلومات المحاسبية في تعزيزالميزة التنافسية من خلال زيادة الحصة السوقية للبنك

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
٣٣	يسهل نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك عملية تقديم الخدمات المختلفة لزبائنه مما يؤدي على امتلاك البنك حصة سوقية منافسة مقارنة بالبنوك الاخرى					
٣٤	تسعى إدارة البنك بإستمرارالى الحفاظ على حصة البنك السوقية من خلال نوعية الخدمات المقدمة لعملائه عبر تفعيل دور نظام المعلومات المحاسبية فيه.					
٣٥	يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في البنك في زيادة ورفع كفاءة الخدمات المصرفية المقدمة مما ينعكس إيجابا على الحفاظ على العملاء الحاليين فيه.					
٣٦	يؤثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي على كفاءة الخدمات المصرفية المقدمة مما يؤدي إلى إلى استقطاب عملاء جدد إليه.					
٣٧	يساعد استخدام نظام المعلومات المحاسبي إلى تقليل عدد العاملين المشرفين على تقديم الخدمات المصرفية مما ينعكس إيجابا على ربحية البنك.					
٣٨	يساهم نظام المعلومات المحاسبي من خلال بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة للعملاء دون الحاجة إلى التوسع في عدد الفروع.					

الملحق رقم (٢)

قائمة أسماء المحكمين

الاسم	الرتبة الاكاديمية	الجامعة
الدكتور محمد الرحاحلة	أستاذ مشارك	عميد كلية إدارة المال والأعمال – جامعة آل البيت
الدكتور غسان المطارنة	أستاذ مشارك	قسم المحاسبة – جامعة آل البيت
الدكتور عبدالرحمن الدلابيح	أستاذ مساعد	رئيس قسم المحاسبة – جامعة آل البيت
الدكتور عوده بني احمد	أستاذ مساعد	قسم المحاسبة – جامعة آل البيت
الدكتور سيف الشبيل	أستاذ مساعد	قسم المحاسبة – جامعة آل البيت
الدكتور مرعي بني خالد	أستاذ مساعد	قسم إدارة الأعمال – جامعة آل البيت
الدكتور عطاالله الحسبان	أستاذ مساعد	قسم المحاسبة – جامعة اربد الاهلية
الدكتور مرزوق القعيد	أستاذ مساعد	قسم إدارة الأعمال – جامعة العلوم الاسلامية
الدكتور طارق مبيضين	أستاذ مساعد	قسم المحاسبة – جامعة الزرقاء الاهلية

الملحق رقم (٣)

قائمة البنوك التجارية الأردنية

ت	البنك
١	بنك الأردن
٢	بنك القاهرة عمان
٣	البنك العربي
٤	بنك الاسكان للتجارة والتمويل
٥	البنك الأردني الكويتي
٦	البنك الاهلي الأردني
٧	البنك الأردني للاستثمار والتمويل
٨	البنك الاهلي الأردني
٩	بنك المؤسسة العربية المصرفية (ABC)
١٠	بنك الاتحاد
١١	بنك سوسيته جنرال/ الأردن
١٢	بنك الاستثمار العربي الأردني
١٣	البنك التجاري الأردني

The Impact of Using Accounting Information Systems in Achieving Competitive Advantage in the Jordanian Commercial Banks

Prepared by

Mohanad Obeid Alshbeil

Supervised by

Dr. Mohammad Yassen Al-Rahahleh

This study aimed to investigate the impact of using accounting information system in achieving the competitive advantage in the Jordanian commercial banks. The Society of the study consisted of all chief executives of the top management at the Jordan commercial banks, and the Sample of the study consisted of the general managers, financial managers, marketing managers, investment managers, logistics managers and information system managers at the Jordanian commercial banks. To achieve the objectives of the study, the researcher developed a questionnaire, checked its validity and consistency, and distributed to the sample of the study. A total of (78) questionnaires were distributed, (69) of them were collected. After reviewing the questionnaires, (5) of them were dropped for being invalid, constituting (82%) of the total distributed questionnaires.

The researcher relied on some statistical methods for analyzing the data of the study using the SPSS computer program. The statistical descriptive method was used to extract the frequencies and percentile to determine the tributes of the sample of the study. Mean value and standard deviation was used to determine individual's response to the questions of the questionnaire. One-Sample T-Test and T-Test for two separated samples, One-Way ANOVA were used to test study hypotheses.

The study concluded that there is an impact of statistical indication for accounting information systems in achieving a competitive advantage in the Jordanian commercial banks. The study revealed that there is an impact of statistical indication for accounting information systems in achieving the dimensions of competitive advantage, represented in (improving the process of pricing of banking services, improving banking services quality, decreasing of banking services cost, increasing speed of banking services provided, increasing market share) in the Jordanian commercial banks.

This study also concluded that there are no variances of statistical indication between mean values of sample individual's assessments toward the impact of accounting information systems in achieving a competitive advantage in the Jordanian commercial banks attributed to any of the demographic variables (gender, age, scientific qualifications, job experience, job description).

This study recommends the necessity of more concern and emphasis by the management of the Jordanian commercial banks on using accounting information systems in achieving its competitive advantage, especially with the increase of competence in the new economic system and the financial crisis. This study also recommends more researches and studies on accounting information systems and competitive advantage in other sectors. Also, to measure the impact of accounting information systems on the new dimensions of competitive advantage not covered in this study, such as flexibility in banking services, innovation, etc.